

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
ФГБОУ ВО «Уральский государственный педагогический университет»
Институт филологии, культурологии и межкультурной коммуникации
Кафедра межкультурной коммуникации,
риторики и русского языка как иностранного

Тексты региональных СМИ в восприятии старшеклассников

Выпускная квалификационная работа

Квалификационная работа
допущена к защите
Зав. кафедрой

дата

подпись

Исполнитель:
Черных Дарья Эрнестовна,
обучающийся ФРИЛ-1501 группы

подпись

Руководитель:
Чудинов Анатолий Прокопьевич,
д-р филол. наук, профессор

подпись

Екатеринбург 2019

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ВОСПРИЯТИЯ ПОДРОСТКАМИ ИНФОРМАЦИИ, ПРЕДСТАВЛЕННОЙ В СМИ	8
1.2 Виды текстов в СМИ	8
1.2 Особенности региональных СМИ(в плане их существования в целом).	17
1.3 Особенности презентации информации в региональных СМИ.....	19
ГЛАВА II. ВОСПРИЯТИЕ СТАРШЕКЛАССНИКАМИ ПОЛИТИЧЕСКОЙ ИНФОРМАЦИИ, ПРЕДСТАВЛЕННОЙ В РЕГИОНАЛЬНЫХ СМИ	26
2.1 Подготовка к проведению и основные этапы анкетирования.....	26
2.2 Восприятие политических терминов старшеклассниками	32
2.3 Измерение семантического дифференциала как способ выявления оценки политической информации студентами техникума.....	46
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	51
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ И ИСТОЧНИКОВ	53
ПРИЛОЖЕНИЕ 1	60
ПРИЛОЖЕНИЕ 2	67

ВВЕДЕНИЕ

В информационном обществе происходит постоянное повышение политической роли средств массовой информации. Посредством СМИ власть реализует ряд задач, связанных с процессом усвоения гражданами политических норм и ценностей. Таким образом, СМИ принимают активное участие в принятии политических решений, оказывают влияние на политическую повестку дня, выполняют роль политического посредника и передатчика политических сообщений обществу, включая его несовершеннолетних членов.

Актуальность данного исследования заключается в изучении **проблемы восприятия** современной политической информации учащимися 16-18 лет.

Объект исследования – представление политической информации в локальных СМИ и реакция старшеклассников на полученные сведения.

Предмет – восприятие и реакция старшеклассников на современные политические реалии, освещаемые в региональных СМИ.

Целью данной выпускной квалификационной работы является исследование специфики представления политических сведений и новостей в региональных средствах массовой информации и выявление ее воздействия на старшеклассников.

Поставленная цель исследования потребовала решения следующих **задач**:

- изучить основные виды текстов СМИ;
- исследовать и изучить особенности презентации политической информации в региональных СМИ;
- проанализировать реакцию школьников на те или иные методы и приемы представления политической информации в СМИ;
- верифицировать гипотезу о том, что в сознании современных старшеклассников качественно меняются источники получения информации.

Данная тема представляет **теоретический и практический** интересы, поскольку будущее государства зависит именно от того, насколько полно подрастающее поколение овладеет компетенциями восприятия информации в политической сфере.

Теоретико-методологической базой послужили работы отечественных и зарубежных ученых в области изучения средств массовой информации как способа передачи необходимых сведений (Е.Г. Малышева, О.С. Рогалева [Малышева, Рогалева, 2014], О.Н. Паршина [Паршина, 2007], Е.И. Шейгал [Шейгал, 2004], А.П. Чудинов [Чудинов, 2006], Н.Б. Руженцева, Н.А. Гулиев [Руженцева, Гулиев, 2006], [Руженцева, 2018]), а также как лингвокультурного феномена (В.Н. Телия [Телия, 1996], В.А. Маслова [Маслова, 2001], В.Ф. Петренко [Петренко, 2005]).

Объект и предмет исследования обусловили выбор следующих **методов**: аналитический обзор теоретических подходов, связанных с проблемой типологии текстов СМИ; метод классификации (при рассмотрении имеющихся подходов к реализации и получению информации с точки зрения используемых в них факторов); анкетирование с целью получения достоверных сведений об общем уровне компетенций в области современной политики современных старшеклассников; метод эксперимента (метод измерения семантического дифференциала как способ выявления психологической реальности представлений носителей языка о популярных источниках получения информации).

Новизна данной работы заключается в соединении экспериментальных методик измерения показаний языкового сознания с реалиями современной жизни.

Практическая значимость работы заключается в возможности непосредственного использования полученных результатов в практике преподавания лингвистических дисциплин, в том числе при обучении русскому языку в школе.

В процессе исследования текстов использовались материалы СМИ Свердловской области. В качестве материала выбраны тексты из местных газет и журналов г. Екатеринбурга за последние три года. Общее количество печатного материала составило: 10 политических текстов; 5 текстов, которые содержат политические термины; тест, содержащий пять вопросов.

Тексты были выбраны из местной газеты «Областная газета» и «Вечерний Екатеринбург».

Для анализа было предложено 10 текстов:

Статья 1. Мурашова, Е. Новый глава Малышева – Мария Рубцова / Е. Малышева // Областная газета. – 2017. – 13 января (№ 5). – С. 1.

Статья 2. Кошкина, О. Самая быстра цепочка. После разговора с мэрами Губернатор раздал поручения министрам / О. Кошкина // Областная газета. – 2017. – 1 февраля (№ 18). – С. 2.

Статья 3. Выступление Губернатора Евгения Куйвашева с отчетом о деятельности правительства Свердловской области в 2016 году // Областная газета. – 2017. – 12 апреля (№ 63). – С. 2.

Статья 4. Документы // Областная газета. – 2017. – 11 мая (№ 81). – С. 3.

Статья 5. Кошкина, О. Наказы «отфильтровали» / О. Кошкина // Областная газета. – 2017. – 1 июня (№ 96). – С. 2.

Статья 6. Сосуров, Е. Законы – 2017: что приобретаем, что теряем, как...работники и работодатели / Е. Сосуров // Вечерний Екатеринбург. – 2017. – 2 января.

Статья 7. Богатырев, И. Городская дума провела очередную сессию / И. Богатырев // Вечерний Екатеринбург. – 2017. – 23 мая.

Статья 8. Мигалин, Д. Началось формирование нового горизбиркома / Д. Мигалин // Вечерний Екатеринбург. – 2017. – 28 марта.

Статья 9. Майорова, Ж. Аркадий Чернецкий: о грядущей президентской кампании и продвижении екатеринбургской заявки на ЭКСПО-2025 / Ж. Майорова // Вечерний Екатеринбург. – 2017. – 18 декабря.

Статья 10. Пономарев, А. Выборы Губернатора могут пройти по сценарию референдума / А. Пономарев Областная газета. – 2017. – 14 июня (№ 104). – С. 1.

Участниками психолингвистического эксперимента стали студенты первого курса Екатеринбургского техникума «Автоматика» в возрасте от 15 до 18 лет. Всего в эксперименте приняло участие 23 студента. Им была предложена следующая инструкция и бланк ответов:

Оцените по предложенным параметрам понятия «телевидение» и «Интернет», поставьте галочку в подходящей ячейке, где оценки «-2» и «+2» – максимально выраженный признак, «0» – нейтральное отношение к понятию по этой шкале.

Степень разработанности поставленной проблемы в специальной литературе достаточно высока, однако взаимосвязь теоретических аспектов изучения региональных текстов СМИ и практической их реализации применительно к представлению в сознании современных школьников составляет самостоятельную проблему, требующую специальной разработки.

Выпускная квалификационная работа состоит из введения, двух глав, заключения, списка использованной литературы, приложения.

Во введении обоснована актуальность и проблема темы исследования, сформулирована цель и основные задачи, определен объект и предмет исследования.

В первой главе («Теоретические основы восприятия подростками информации, представленной в СМИ») данной работы раскрыты основные теоретические положения, касающиеся различных подходов к изучению типологии СМИ.

Во второй главе («Восприятие старшеклассниками политической информации, представленной в региональных СМИ») работы представлены материалы анкетирования студентов, проанализированы результаты психолингвистического эксперимента с целью выявления отношения современных

старшеклассников к популярным источникам информации и анализа степени понимания студентами соответствующих текстов.

В заключении приводятся выводы о поставленной проблеме и дается обоснование достигнута ли поставленная цель и задачи выпускной квалификационной работы.

Гипотеза исследования основывается на постулате о том, что телевидение как средство передачи информации¹ претерпевает изменения и «пытается наладить обратную связь со своим зрителем и максимально “подогнать” контент под конкретного человека» [Битков, 2013, с. 14]. Все это происходит с ориентацией на возможности и функции Интернет-коммуникации. Это означает, что в восприятии современными носителями языка данных феноменов присутствуют различия.

Дальнейшие исследования по данной теме могут послужить основой для изучения влияния средств массовой информации на социальную интеграцию учащихся различных возрастов.

¹Телевидение - средство массовой информации, как социальная система, состоящее из нескольких подсистем:

1. Редакции телерадиокомпаний, работа которых обеспечивается инфраструктурой журналистики: технической, информационной, организационно-управленческой; к инфраструктуре относятся также учебные и научные центры.
2. Виды деятельности, необходимые для функционирования данной социальной системы и детерминированные общественными функциями телевидения, - информационной, культурно-просветительской, интегративной, социально-педагогической, организаторской, образовательной, рекреативной. Прежде всего, это сбор актуальной социальной информации, и ее распространение. Наряду с этим воспитание и в первую очередь в силу природы изобразительно-выразительных средств телевидения, эстетическое. А также, функциональное взаимодействие с другими социальными институтами.
3. Совокупность профессий, необходимых для такой деятельности.
4. Система произведений, создаваемых журналистами.
5. Канал передачи массовой информации, которая представляется в виде движущихся изображений в сопровождении звука [Рогозянский, 2008, с. 202-203].

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ВОСПРИЯТИЯ ПОДРОСТКАМИ ИНФОРМАЦИИ, ПРЕДСТАВЛЕННОЙ В СМИ

1.2 Виды текстов в СМИ

Настоящее время считается эпохой информационной, именно сейчас информация приобрела статус одной из главных ценностей человечества, а ее созданием и распространением занимаются средства массовой информации. «СМИ серьезно влияют на процесс формирования политических предпочтений, играя роль координатора и организатора потоков информации, посредством СМИ реализуется информационная политика государства» [Виноградова, 2013, с. 64]. Следует отметить, что СМИ оказывают влияние не только на политическую сферу, но и на остальные общественные институты. «Современный этап развития России сопряжен с процессом сложнейших социокультурных преобразований, затронувших все сферы жизни российского общества, что, безусловно, не могло не сказаться на характере языка, типологии, тематической модели масс-медиа» [Халтурина, 2014, с. 160]. СМИ включены в политические процессы: в коммуникативной подсистеме они осуществляют взаимодействие между различными подсистемами политической системы, а также между политической системой и другими сферами общественной жизни. В России с ее огромными пространствами, полиэтническим населением, сложным административно - территориальным устройством, значение СМИ, как посредника, особенно велико. И не только в масштабах всей страны, но и на уровне отдельных регионов. С одной стороны, формируя политическое сознание общества и политическое поведение его членов, СМИ воздействуют на политический процесс, с другой, - сам процесс не может развиваться без СМИ [Виноградова, 2013].

Основным законом, регулирующим деятельность и порядок средств массовой коммуникации, является Федеральный закон «О средствах массо-

вой информации». Справочно-правовые системы «Консультант-плюс» помогают разобраться в этом вопросе. Именно там дано юридически правильное понимание термина «массовость»: «под массовой информацией понимаются предназначенные для неограниченного круга лиц печатные, аудио-, аудиовизуальные и иные сообщения и материалы. Под средством массовой информации понимается периодическое печатное издание, сетевое издание, телеканал, радиоканал, телепрограмма, радиопрограмма, видеопрограмма, кинохроникальная программа, иная форма периодического распространения массовой информации под постоянным наименованием (названием)» [<https://bit.ly/2ibboKt>]. Очевидно, что основная классификация жанров СМИ будет опираться на данные этого закона. Каждое средство массовой информации обладает своим набором лингвистических средств, способом воздействия и интеграции с потенциальным слушателем и читателем. «СМИ отличаются от других каналов массовой коммуникации (масс-медиа) ряд признаков: периодичность и регулярность распространения информации; институционализированность (организованность – наличие специальной инфраструктуры и регулятивных механизмов и норм); применение технических средств и технологий для распространения информации (печать, теле- и радиовещание, опосредованные компьютером медиа) и сохранения ее (бумажные, цифровые, интернет-архивы); специализированный (профессиональный), коллективный (корпоративный) характер деятельности по производству и распространению информации; устойчивость и открытость координат для постоянной связи с аудиторией (адрес, возможность абонирования – подписки и т. п.); тематическая универсальность контента и многообразие его форм/форматов/жанров; нацеленность на отражение текущей жизни социума; исторически все более расширяющаяся возможность приема информации со стороны массовой – то есть относительно большой количественно и разнообразной (гетерогенной) по социально-демографическому и географическому составу аудитории; в силу перечисленного – способность вызывать разнообраз-

разные социальные эффекты, а значит, при накоплении эффектов выполнять ряд социальных функций» [Фомичева, 2011, с. 195-196].

Опираясь на учебные пособия и учебники, посвященные СМИ, можно выделить основные их функции.

Основная функция СМИ -информационная. Она состоит в получении и распространении сведений о наиболее значимых для граждан и органов власти событиях. Добываемая и передаваемая масс-медиа информация включает не только беспристрастное, фотографическое освещение тех или иных фактов, но их комментирование и оценку.

СМИ реализуют образовательную функцию, которая проявляется в сообщении гражданам знаний, позволяющих адекватно оценивать и упорядочивать сведения, получаемые из СМИ и других источников.

Масс-медиа, сопровождая человека в течение всей его жизни, в том числе и после завершения учебы, в значительной мере влияют на восприятие им политической и социальной информации.

Образовательная роль СМИ тесно связана с их функцией социализации и по существу перерастает в нее. Однако если политическое образование предполагает систематическое приобретение знаний и расширяет познавательные и оценочные возможности личности, политическая социализация означает интернализацию, усвоение человеком политических норм, ценностей и образцов повеления. Она позволяет личности адаптироваться к социальной действительности.

Функцию критики политической системе осуществляют не только масс-медиа, но и оппозиция, а также специализированные институты прокурорского, судебного и иного контроля. Однако критика СМИ отличается широтой или даже неограниченностью своего объекта, который составляют и президент, и правительство, и суд, и различные направления государственной политики, и сами СМИ.

Функция контроля основывается на авторитете общественного мнения, который учитывается при верификации изложенного материала.

СМИ не только критикуют недостатки в политике и обществе, но и выполняют конструктивную функцию артикуляции различных общественных интересов, конституирования и интеграции политических субъектов. Они обеспечивают представителям различных общественных групп возможность публично выразить свое мнение, находить и объединять единомышленников, сплачивать их общностью целей и убеждений, четко формулировать и представлять в общественном мнении свои интересы.

Средства массовой информации называют «четвертой властью», т. к. «СМИ оказывают мощнейшее влияние на общественное сознание, что в свою очередь играют одну из определяющих ролей в формировании общественного мнения и формулировании общественных интересов граждан» [Засурский, 2003, с. 88]. В современном обществе человек подвергается одновременному воздействию с разных сторон, таких СМИ как телевидение, газеты, журналы, радио.

Все рассмотренные выше политические функции СМИ объединены мобилизационной функцией или же способствуют ее осуществлению. Эта функция выражается в побуждении людей к определенным политическим действиям (или сознательному бездействию), в их вовлечении в политику.

СМИ обладают большими возможностями влияния на разум и чувства людей, на их образ мыслей, способы и критерии оценок, стиль и конкретную мотивацию политического поведения. Ведь без радио, телевидения, газет и журналов даже хорошо образованный человек не сможет правильно ориентироваться в сложной мозаике противоречивых политических процессов, принимать ответственные решения. СМИ позволяют ему выйти за узкие рамки непосредственного индивидуального опыта, делают обозримым весь мир политики, но через призму своего собственного видения политической реальности.

Круг политических функций СМИ не исчерпывается вышеназванными. Некоторые ученые, подходя к этому вопросу с других позиций, выделяют такие функции СМИ как инновационная, проявляющаяся в инициировании по-

литических изменений путем широкой и настойчивой постановки определенных общественных проблем и привлечения к ним внимания властей и общественности; оперативная - обслуживание СМИ политики определенных партий и ассоциаций.

Следовательно, можно сделать вывод о наличии практически неограниченных возможностей СМИ в области общественного влияния.

Исходя из вышеперечисленных функций СМИ, можно определить виды текстов, которые воздействуют каким-либо образом на общественное мнение. «В основу деления текстов СМИ на определенные жанры могут быть положены различные принципы: интенция (описать, проинформировать, рекламировать, высмеять и т.п.), композиционные формы/регистры речи, образ автора (человек социальный/человек частный), модальность (объективная/субъективная), оценочность (скрытая/открытая) и т.п.» [Солганик, 2001]. С лингвистической точки зрения все СМИ относятся к газетно-публицистическому стилю речи и направлены на реализацию двух функций в совокупности: информационную и воздействующую. С этого ракурса стоит обратить внимание на жанровую систему СМИ, представленную в работе Н.И. Клушиной: «Жанровая структура определяется соотносительностью с информационным и публицистическим подстилем. Информационному подстилю соответствуют информационные жанры (хроникальная заметка, информационная заметка, корреспонденция, репортаж, интервью). К публицистическому подстилю можно отнести аналитические жанры (аналитическая статья, рецензия, комментарий, обзор), сатирические жанры (фельетон, памфлет, сатирическая реплика), художественно-публицистические жанры (очерк, зарисовка, полемическая статья, заметка), рекламные жанры (наиболее открытая система, так как использует элементы всех жанров)» [Клушина, 2008, с. 479-480].

Наиболее полная классификация публицистических жанров приведена в работе Т. Репковой, которая делит все жанры на три большие группы: «новости, рациональная публицистика, эмоциональная публицистика» [Репкова,

2001]. Н.Н. Кошкарлова называет такое деление «Новый взгляд на классификацию жанров»[Кошкарлова, 2014,с. 101]. Новизна подобного подхода обусловлена объединением всего опыта, накопленного при изучении публицистического стиля речи, средств массовой информации, в частности. Более частную классификацию предлагает Л.Р. Дускаева. Она выделяет группы жанров и их назначение. При этом получается, что все жанры СМИ делятся на три категории (в зависимости от реализуемой функции): информационные жанры (заметка, репортаж, интервью), оценочные жанры (корреспонденция, статья, комментарий, обзор, обозрение, рецензия, аналитическое интервью), побудительные жанры (корреспонденция, статья, комментарий, аналитическое интервью).

Жанры первой группы о чем-либо сообщают, доносят ту или иную информацию, например, «сообщение о динамике происходящего: “сообщение о ходе события”; “сообщение о пространстве события”; “сообщение о причинах события”; “сообщение о последствиях события”; сообщение о наблюдаемой статике: “сообщение о явлении”; “сообщение о ситуации как взаимодействии субъектов”; “сообщение о месте и причинах и причинах ситуации”; сообщение об участниках политической жизни: “сообщение о деятельности лица”; “сообщение о высказывании лица”; “информационный портрет”».

Жанры второй группы призваны дать оценку, описываемым явлениям или событиям, например, «оценка динамики: “оценка последовательности чьих-либо действий”; “оценка результатов общественных изменений и построение прогноза”; оценка статике: “оценка явления”; “оценка ситуации”; оценка чужих высказываний: “оценка чужого высказывания”; “оценка произведения искусства”».

Жанры третьей группы направлены на непосредственное влияние воспринимающего, например, «стимулирование практической активности: “рекомендация способа решения проблемы”; “рекомендация программы действий”; стимулирование выбора: “побуждение к выбору варианта решения общественной проблемы”; “побуждение к выбору варианта программы дейст-

вий»; стимулирование коррекции действий: “коррекция предпринятых властных действий”; “коррекция неверной схемы деятельности в конфликтной ситуации”» [Дускаева, 2012, с. 443-447].

Достаточно близкой оказывается классификация публицистических жанров, предложенная С.Г. Антоновой. Данное представление основано на специфике редакторской подготовки издания: «информационные жанры представлены такими видами, как информация (хроника, заметка), отчет, интервью, репортаж. Редактору важно знать, что информационные материалы обеспечивают общую цель - сообщить о факте, событии, явлении. Информационные жанры оперируют, как правило, простой первичной информацией, не вдаваясь в ее глубокий анализ» [Антонова, 2002, с. 344]. В соответствие с этой концепцией, «аналитические жанры представлены следующими видами: статья, корреспонденция, комментарий, рецензия, обзор. Их целевая направленность - дать глубокое исследование, всесторонний анализ суммы фактов, относящихся к однотипным явлениям. В аналитических материалах обязательны комментарии, сопоставление, взаимосвязь и взаимозависимость фактов, наличие логических выводов, теоретических обобщений, практических рекомендаций» [Антонова, 2002, с. 347]. «Самыми сложными являются художественно-публицистические жанры. В эту группу входят очерк, зарисовка, фельетон, памфлет. Художественно-публицистические жанры представляют собой органическое слияние фактической точности, обстоятельности и образности» [Антонова, 2002, с. 350].

Также некоторыми исследователями жанровая специфика публицистических текстов разграничивается в зависимости от вида речи – монолог и диалог. Они зародились еще в Древней Греции, но уже тогда были призваны воздействовать на слушателя. Наиболее полно данная классификация представлена в работах Н.Н. Кошкаровой, которая выделяет релевантные для политической коммуникации монологические жанровые разновидности: «новостные жанры (короткая новость, расширенная новостная заметка, информационное интервью-монолог); Послание Президента; инаугурационная речь;

партийная программа; политическая реклама; авторские статьи», а также диалогические жанры: «политическое интервью; пресс-конференция; теледебаты; общественно-политическое ток-шоу; политическая дискуссия; круглый стол» [Кошкарова, 2014, с. 101].

Особую среду функционирования средств массовой информации представляет Интернет. На данном этапе развития информационных технологий все жанры претерпевают изменения из-за непосредственного участия и интеграции с объектом. «Для интернет-СМИ характерно наличие традиционно публицистических жанров. Причем как газетных, так и журнальных. В сфере Интернет нет четкого разграничения некоторых жанров, однако, в целом, тенденции можно отметить две: сокращение количества материалов художественно-публицистических жанров в общественно-политических СМИ и наращивания функционала у отдельных жанров (например, заметки)» [Иванова, 2014, с. 89]. Отсюда «в настоящее время получает все большее распространение исследование отдельных жанровых форм, соотносимых с политическим дискурсом» [Руженцева, 2018, с. 28]. Н.Б. Руженцева предлагает делить тексты интернет-СМИ на первичные и вторичные: «Первичными будем считать те жанровые формы, которые появились и развиваются вместе с Интернетом, вторичными же – интернет-модификации традиционных для печати, радио и телевидения жанровых разновидностей» [Руженцева, 2018, с. 161].

Также есть и нераспространенные жанры СМИ, которые сложно подвести под какое-либо из представленных выше оснований. Н.Б. Руженцева называет их «редкими жанровыми формами», представленными, например, политическими комиксами [Руженцева, 2018, с. 163].

Описанное выше разнообразие подходов к определению жанровой специфики видов СМИ свидетельствует о том, что «общепринятой классификации журналистских жанров не существует» [Колесниченко, 2008, с. 7]. Это определяется и изменением условий и ориентиров в сфере производства, распространения и обмена информацией. «СМИ заново проходят процесс институционализации: новые правила, принципы и схемы деятельности, где

успешно, где с трудностями осваиваются печатью, радио, телевидением. Перед СМИ возникают новые задачи. Переоценка роли СМИ в жизни общества происходит и в массовом сознании, и в официальной политике, в сознании тех, кто представляет властные структуры и другие функционирующие институты российского общества».

Каждый из видов текстов СМИ по-своему необычен и многогранен, поэтому один и тот же жанр можно увидеть в разных классификациях на разных позициях. В зависимости от того, с какой стороны подходит исследователь к тексту происходит его приобщение к определенному классу информационных, оценочных либо побудительных жанров. Также в последнее десятилетие наблюдается резкое снижение интереса аудитории именно к печатным изданиям. Как правило, молодежь в возрасте до 35 лет стала активно пользоваться Интернет-ресурсами, которые мгновенно передают информацию, не успевшую еще пройти фильтр цензуры, который обязательно присутствует в газетах и на телевидении, хотя, согласно Федеральному закону о СМИ, «цензура массовой информации, то есть требование от редакции средства массовой информации со стороны должностных лиц, государственных органов, организаций, учреждений или общественных объединений предварительно согласовывать сообщения и материалы (кроме случаев, когда должностное лицо является автором или интервьюируемым), а равно наложение запрета на распространение сообщений и материалов, их отдельных частей, - не допускается» [<https://bit.ly/2ibboKt>]. Именно поэтому стоит утверждать, что появляется еще одно деление текстов СМИ на достоверные и недостоверные. Достоверные, как правило, подкрепляются видеоматериалами, обоснованной аналитикой и неоспоримыми фактами. От этого меняется и тип аудитории, который воспринимает информацию, которую уже несколько видоизменили с целью большего воздействия на читателя и/или слушателя, которую уже сформулировали с использованием таких тактик, которые выгодны создателю выпускаемого материала (см., например, работу Г.П. Грайса «Логика и речевое общение»). Следовательно, всеобщая коммерциализация

также накладывает свой отпечаток на формирование видов СМИ. Иными словами, тот текст, который не является выгодным и в плане воздействия, и в плане его покупки и продажи, не будет популярным и актуальным в плане его эксплуатации авторами и журналистами. Тип аудитории диктует вид текста СМИ: «Сегодня нередко можно услышать от исследователей журналистики и некоторых практиков пророчества о скорой смерти “бумажной” прессы» [Олешко, 2014, с. 36]. Это высказывание становится актуальной из-за нарастающей пропаганды, наблюдаемой в подобном способе преподнесения информации.

1.2 Особенности региональных СМИ (в плане их существования в целом)

Можно выделить еще одно основание для деления текстов СМИ на группы – это пространственная привязка и функционирование какого-либо жанра на определенной территории. Политическая и климатическая обстановка в регионе диктует свои правила для актуализации одних видов текстов СМИ и нивелированию других. «Целый ряд факторов – политических, экономических, социокультурных, идеологических – обуславливает развитие региональных СМИ. Система СМИ региона во многом зависит от местных особенностей» [Путятин, 2008, с. 207]. Региональный компонент сейчас включен в Федеральный государственный образовательный стандарт основного общего образования.

Анализируя СМИ Екатеринбурга, можно сказать, что выходит большое количество печатных изданий (около 200 газет). Среди самых известных: «Уральский рабочий», «Вечерний Екатеринбург», «Областная газета», «На смену!». А также 70 журналов, например, «Красная бурда», «Стольник».

В Свердловске в 1955 году была построена студия телевидения и 6 ноября этого же года вышла первая телепередача. Сейчас телевидение представлено 19 телекомпаниями: ГТРК «Урал», телекомпания «ОТВ», «4 канал»,

«41-Домашний», «10 канал», «Матч ТВ», «АТН», «Союз» (православный канал), «УрФО 24» и другие.

Кроме того, в Екатеринбурге базируются несколько десятков федеральных и местных информагентств. Самые известные: «ИТАР-ТАСС Урал», «Уралинформбюро», «Новый Регион — Урал», РИА «ФедералПресс», «Накануне. RU», «РИА Новости — Урал», «Интерфакс — Урал», и другие.

Последнее десятилетие было отмечено расширением СМИ вследствие роста бурного нового типа – Интернет-СМИ. Появление этого феномена стало возможным благодаря прогрессу в сфере информационно-коммуникационных технологий, состояние которых оказывает влияние одновременно на изменения в системе средств массовой информации и на развитие современного общества, находящегося под влиянием новейших технологий в процессе превращения в информационное общество.

Современная глобальная компьютерная сеть является важнейшей частью инфраструктуры современного общества. Основанная на технологиях компьютерной передачи данных, сеть Интернет стала эффективной средой для осуществления массовой коммуникации, отличаясь от прежних информационно-коммуникационных сред важными особенностями, в первую очередь, расширенными возможностями в представлении информации за счет мультимедийности, интерактивности и гипертекстуальности.

Интернет появился в рамках развития информационного общества и имеет с контекстом своего возникновения во многом схожую сущность: в его основе заложена сетевая структура, информационный обмен открыт для всех его участников и является трансграничным. Особенности новой информационно-коммуникационной среды способствуют осуществлению массовой коммуникации в современных условиях. При этом инфраструктура Интернета может восприниматься как важная составляющая часть инфраструктуры нового информационного общества. Прогресс в этой информационно-коммуникационной среде является каталогизатором возникновения нового типа СМИ – Интернет [Засурский, 2014, с. 114].

Екатеринбург является лидером по активности информационных агентств и интернет-пользователей – более 70 % от всех уральских новостных сообщений поступает из Екатеринбурга, здесь сосредоточено наибольшее количество новостных источников (около 40 % от всех уральских СМИ) и блогеров (50 % от всех уральских интернет-дневников). Также высока покупательская онлайн-активность пользователей (50 % от общего количества уральских клиентов интернет-магазинов). В городе расположены головные офисы крупнейших интернет-СМИ региона, в том числе: Ura.ru, Znak.com, Ekb.dk.ru, uralinform.ru и других.

Всего в городе работает более 30 интернет-провайдеров, которые предоставляют различные интернет-технологии. Крупнейшими интернет-провайдерами города являются «МТС», «Билайн», «Ростелеком», «Дом.ru», «ТТК», «АКАДО-Екатеринбург», «Планета», «ИНСИС», «КАБиNET», «Convex», «SkyNet-OnLine». На долю вышеперечисленных провайдеров в сумме приходится более 96 % интернет-абонентов.

Видно, что СМИ Екатеринбурга характеризуются широким спектром общественных функций, каждая из которых в тот или иной период исторического развития либо увеличивала свою значимость, либо приглушала ее или вообще исчезала. Таковы общественные обязанности СМИ.

В.П.Макаров в своей диссертации говорит о том, что «российские региональные СМИ стали вполне равноправным элементом общества и играют свою собственную роль в удовлетворении информационных, культурных и других потребностей людей».

1.3 Особенности презентации информации в региональных СМИ

Любое из средств массовой информации направлено на донесение определенной информации до объекта с целью воздействия на этот объект пу-

тем использования различных тактик, чтобы достичь определенных результатов в каком-либо аспекте общества: политика, социология, образование и др. Региональные СМИ не являются исключением. Если мы берем во внимание политический дискурс, то, как правило, рост интереса читателей к политической обстановке возникает в предвыборный период, когда появляется возможность выразить свое мнение путем голосования: «До тех пор, пока предвыборная кампания не стала медиасобытием, сам факт приближающихся выборов не осознается избирателями» [Трахтенберг, 2004, с. 146]. Следовательно, влияние масс-медиа наблюдается уже здесь, когда происходит приобщение большого числа граждан к изменению ситуации в стране. Региональность в таком случае рассматривается как локализация определенных социальных, профессиональных и общественных групп населения: «“Население” по определению является объектом воздействия со стороны органов власти, а не партнером и тем более – не самостоятельным субъектом действия» [Трахтенберг, 2004, с. 147].

Уральский регион характеризуется большим количеством заводов и фабрик. Многие заводы являются градообразующими предприятиями и именно вокруг них происходит урбанизация, следовательно, подавляющее большинство населения являются рабочими этого завода. Принципиально важным станет вопрос о презентации его новостей во всех СМИ города. На этом и играют современные местные журналисты, т.е. начинают рассказывать о всех известных фактах, а переходят, например, на откровенную пропаганду. «Для руководителей промышленных предприятий электорат выступает в качестве «трудового коллектива» – объекта воздействия и заботы» [Трахтенберг, 2004, с. 148]. Традиционно считается, что такое население является легкоманипулируемым и доверчивым, т.к. все планы по производству придут сверху, работа конвейризирована, режим работы установлен годами.

Похожую наивность изложения можно увидеть в региональных текстах СМИ, касающихся религиозной тематики: «отличительными чертами материалов данного типа является доступность и наивность изложе-

ния<...>материалы изобилуют оккультной лексикой» [Цуканова, 2006, с. 233]. Все это свидетельствует о неутраченности традиционного практически мифологического мышления. О традиционализме представлений людей о власти также говорит А.Д. Трахтенберг. «Традиционализм того идеального образа власти, который имеется у участников фокус-групп: для участников фокус-групп государство выступает в виде высшей инстанции, которая каждому воздает по заслугам и в случае необходимости может защитить от произвола со стороны инстанций низших (чиновников на местах)» [Трахтенберг, 2004, с. 149-150]. От этого типичному служащему нет дела до глубокой аналитики того, что пытаются донести местные СМИ, и он, поддаваясь всеобщей тенденции верить, – верит. Типичность такого мышления доказывается в работах А.Д. Трахтенберг. Ею были изучены фокус-группы электората разных регионов России. Исследователь говорит о том, что «в самых разных точках России участники фокус-групп практически в одних и тех же выражениях определяют, что такое порядок и справедливость, в чем выражается долг государства по отношению к его гражданам и кто несет ответственность за сложившееся положение вещей» [Трахтенберг, 2004, с. 148]. Отмечается, что в редких случаях причину своих неудач, сложной обстановки в регионе и т.д. жители объясняют своей незаинтересованностью, неумением анализировать и сопоставлять, а все решения перекидывают на плечи местной власти. Подобное отсутствие воздействия населения на жизнь региона объясняется возрастом некоторых испытуемых: большее число из них жило в период плановой политики СССР с вытекающими отсюда бескомпромиссными решениями государства.

В.К. Иванов в своей статье анализирует СМИ после распада СССР. По его мнению, исследователи СМИ как способа коммуникации отмечают, что вместе с распадом СССР было разрушено единое информационное пространство страны. Часть информационных потоков локализовалась в бывших союзных республиках. В связи с этим сократилось количество прежних центральных изданий, усилились центробежные тенденции в общественно-

политическом развитии самой России. Попытки суверенизации отдельных регионов, автономных республик, краев, областей нашли свое отражение в самом процессе функционирования СМИ [Иванов, 2012, с. 228].

Произошло падение тиражей общероссийских периодических изданий. Вместе с тем, однако, количество подписчиков на местные издания, наоборот, увеличивалось, так как явно наметился сдвиг интересов аудитории с общенационального на региональный уровень, ведь именно там реально решаются ее жизненные проблемы. Кроме того, оживление в региональную медиасферу вносит взаимодействие локальных СМИ, конкуренция за зрителя, слушателя или читателя.

Локальные издания функционируют в определенном регионе, являются эффективным каналом коммуникации для компаний, ведущих свою деятельность на данной территории, поскольку позволяют точно воздействовать на региональные ключевые аудитории: органы власти, местное бизнес-сообщество, потребителей. Региональные газеты всегда насыщены новостной информацией о достижениях в работе местных компаний, здесь же сообщается об открытии новых торговых сетей, медицинских клиник или ресторанов. Областные руководители государственных и частных структур, лидеры общественного мнения также охотно выступают в региональных СМИ, поскольку это прекрасный инструмент укрепления их репутации.

Анализируя работу Л. К. Лободенко, можно сделать вывод, что сегодня региональные СМИ предстают как один из важных стратегических ресурсов развития региона. При отражении в информационных потоках его культурно-исторического наследия, экономической и политической специфики регион оказывается включенным в информационно-коммуникативное пространство, формируется также его региональная идентичность, показательной становится степень его вовлеченности в общероссийские политические, экономические и культурные процессы [Лободенко, 2015]. Несмотря на то, что развитие российских регионов различается в силу ряда факторов, в области показателей развития локальных СМИ присутствует, тем не менее, немало схожих

черт. Это объясняется тем, что в России взят курс на обеспечение информатизации населения. По мнению Л.К.Лободенко, СМИ региона формируются как принципиально новая и в определенном смысле самостоятельная составляющая информационно-коммуникативного пространства [Лободенко, 2015]. В итоге возникает острая необходимость поиска путей, обеспечивающих эффективную интеграцию региональных СМИ в современное информационно-коммуникативное пространство. В попытках привлечь аудиторию и финансовые инвестиции издания активно расширяют типы публикуемой информации и становятся политическими, информационно-рекламными, коммерческими, отраслевыми, профсоюзными, религиозными, спортивными, детскими или молодежными.

Так, экономические трудности заставляют небольшие региональные СМИ отдавать значительную часть эфирного времени или площадей рекламе. Многими редакторами было осознано то обстоятельство, что в условиях рынка отдельное издание обречено на поражение. Однако был найден достаточно эффективный путь совершенствования организационной структуры, обеспечивающий выпуск СМИ, - создание мощных информационно-издательских объединений типа концернов или холдингов (именуемые обычно корпорациями, финансово-издательскими группами, издательскими домами), что давало значительную экономическую выгоду, определённую независимость от местной власти и солидные тиражи. Тем не менее, прекращение субсидирования районных (городских) газет из средств федерального бюджета нанесло значительный ущерб возможности их независимого развития.

Решение о передаче финансирования местных СМИ региональным и муниципальным бюджетам в результате привело к резкому возрастанию зависимости этих изданий от территориальных органов власти, замкнув круг освещаемых ими проблем исключительно границами той или иной административной единицы. Сегодня полностью за счет бюджета субъектов РФ существует большинство общественно-политических региональных изданий.

На эти цели региональные органы власти выделяют значительные финансовые средства [Иванов, 2012, с. 228].

Резюмируя все вышесказанное, можно сделать вывод о том, что региональные СМИ реализуют свою функцию воздействия в полной мере. Для этого тщательно анализируется социальная стратификация. Выбирается наиболее уязвимая и податливая часть населения, которая представляет большинство, и именно для них информация преподносится таком виде, чтобы возникала уверенность в реализации ее успешности. С этой целью тексты пишутся максимально эмоционально, чтобы вывести объект воздействия на эмоции. Сильные эмоции заглушают аналитику, тем самым позволяя авторам статей расширять свою аудиторию. Люди попадают на яркие заголовки и простоту изложения. Когда же цель достигается, то происходит приобщение человека к мнению, которое выражено автором в статье, сказано им в репортаже.

Выводы по первой главе

В настоящий момент массмедийное пространство представлено большим числом жанров: статья, хроника, заметка, отчет, интервью, репортаж и т.д. Все они выполняют ряд функций: информационную, образовательную, функцию социализации, функцию критики, контрольную функцию, функцию артикуляции и интеграции, функцию формирования общественного мнения и мобилизационную функцию. При этом всегда число задач, выполняемых тем или иным жанром, растет. Это определяется и изменением условий и ориентиров в сфере производства, распространения и обмена информацией.

Одним немаловажным критерием деления текстов СМИ на группы является их пространственная привязка. Политическая и климатическая обстановка в регионе диктует свои правила для актуализации одних видов текстов СМИ и нивелированию других.

Последнее десятилетие было отмечено расширением СМИ вследствие роста бурного нового типа – Интернет-СМИ. Появление этого феномена стало возможным благодаря прогрессу в сфере информационно-

коммуникационных технологий, состояние которых оказывает влияние одновременно на изменения в системе средств массовой информации и на развитие современного общества, находящегося под влиянием новейших технологий в процессе превращения в информационное общество.

Современная глобальная компьютерная сеть является важнейшей частью инфраструктуры современного общества. Основанная на технологиях компьютерной передачи данных, сеть Интернет стала эффективной средой для осуществления массовой коммуникации, отличаясь от прежних информационно-коммуникационных сред важными особенностями, в первую очередь, расширенными возможностями в представлении информации за счет мультимедийности, интерактивности и гипертекстуальности.

Любое из средств массовой информации направлено на донесение определенной информации до объекта с целью воздействия на этот объект путем использования различных тактик, чтобы достичь определенных результатов в каком-либо аспекте общества: политика, социология, образование и др. Локальные издания функционируют в определенном регионе, являются эффективным каналом коммуникации для компаний, ведущих свою деятельность на данной территории, поскольку позволяют точно воздействовать на региональные ключевые аудитории: органы власти, местное бизнес-сообщество, потребителей.

Влияние региональных СМИ на сознание современных школьников, в частности, старшеклассников, рассмотрено во второй главе данной работы.

ГЛАВА II. ВОСПРИЯТИЕ СТАРШЕКЛАССНИКАМИ ПОЛИТИЧЕСКОЙ ИНФОРМАЦИИ, ПРЕДСТАВЛЕННОЙ В РЕГИОНАЛЬНЫХ СМИ

Теоретические аспекты изучения такого феномена как региональные СМИ требуют практического исследования их влияния на сознание современных старшеклассников.

Во второй главе настоящей дипломной работы экспериментальным путем выявлены гендерные стереотипы и предпочтения, какие из современных проблем их волнуют больше и чаще всего, какие источники информации в среде современных школьников являются наиболее информативными и авторитетными. Непосредственно необходимым для данного исследования является выявление того, являются ли актуальными для учащихся проблемы миграции и мигрантов, волнует ли их рост цен и вообще ценовая и налоговая политика, считают ли они необходимым решать судьбу своей страны посредством участия в выборах.

2.1 Подготовка к проведению и основные этапы анкетирования

Влияние местных СМИ на сознание старшеклассников является неоднозначным, т.к. одними учащимися информация воспринимается как непоколебимая истина (во многом здесь сказывается уровень воспитания и образованности), другие не знают о состоянии современной политической обстановки, третьим они отвергается вообще, потому что авторитет современной власти заметно падает. Достаточно привести статистику явки избирателей на президентские выборы 2018 года: она составила 67,47%, при этом процент недействительных бюллетеней составил 1,2 %. Поэтому в качестве первоочередной проблемы нами было предложено ответить на вопрос: «Считаете ли

Вы необходимым участие в выборах президента Российской Федерации?» и объяснить свою точку зрения. Остальные вопросы были заданы также недавними реформами и изменениями в политическом и налоговом строе Российской Федерации. Актуальность анкетирования состоит в том, что оно позволит наметить общую траекторию выявления интересов, относящихся к современным СМИ. Темы избраны из наиболее острых вопросов, которые волнуют общество в целом.

Основным критерием подготовки и проведения анкетирования с целью определения уровня восприятия школьниками политической информации выступал возраст испытуемых – 16-18 лет, – который соответствует интенсивному самоопределению. В качестве экспериментальной группы выступили учащиеся Екатеринбургского техникума «Автоматика». Им был предложен следующий перечень вопросов:

1. Считаете ли Вы необходимым участие в выборах президента Российской Федерации? Почему "да"? Почему "нет"?
2. НДС - это ... Для чего его повысили?
3. Каким был пенсионный возраст до пенсионной реформы? Какой он теперь? Считаете ли Вы, что она отразится на Вас в будущем? Как?
4. Толерантность - это ... Для чего нужна толерантность? Какими чертами характера должен обладать толерантный человек? Вы толерантный человек?
5. Знали ли Вы, что в России 12 февраля 2019 года госдума в первом чтении одобрила закон об изоляции российского сегмента Интернета? Считаете ли Вы, что это необходимо? Какие плюсы Вы видите в таких действиях? Кто или что может пострадать от таких действий?

Испытуемым предлагалось письменно ответить на данные вопросы или заполнить Гугл-форму:

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfcaLimNzCby6ZNQfk7FOctYcsOXjNlwtFuG5ZJZERY8GZbjQ/viewform?usp=sf_link

Общее число испытуемых: 24 человека, из них девушек – 13, юношей – 11. Возраст: 16 лет – 6 человек, 17 лет – 12, 18 лет – 6.

На первый вопрос 15 человек сказали, что считают необходимым участие в президентских выборах, т.к. это выражение гражданской позиции (двое испытуемых ответили так), трое считают, что каждый голос важен, трое испытуемых указали на необходимость выбора для будущего страны. Единичные ответы: «потому что народ имеет право на выбор президента РФ, так как народ - единственный источник власти в РФ», «потому что это влияет на будущее нашей страны». Также «государство обязано гражданам, тогда как мы обязаны государству. Государство нуждается в нашей доверии + жителям РФ виднее в выборах президента их страны». «Потому что, если ничего не делать, сделают за тебя». «Лучше принять участие в жизни страны, чтобы потом не ныть, что все плохо». Участие создает «ощущение чувства выбора», «все зависит от кандидатов». «Потому что, когда все голосуют, то выборы будут максимально честными». «Страна – это не игрушка. Страной должен править человек умный и знающий свое дело».

Отрицательно ответили десять человек. Самым популярным аргументом выступило отсутствие альтернативы (так ответили трое испытуемых), на предопределенность выборов указали двое. Единичные ответы: «от нас ничего не зависит», «все зависит от кандидатов», «так надо», «не сильно разбираюсь в положении и пока что не хочу разбираться в этом», «я считаю, что парламент справится с этим лучше».

Верное определение понятию «НДС» дали 22 человека, «не знаю» - 2. Его повышение объяснили следующим рядом аргументов: «для стимулирования экономики» «чтобы не было инфляции», «чтобы денег в гос. бюджете стало больше», «ради увеличения продаж отечественных товаров», «государству не хватает бюджета», «чтобы текли доп. средства в гос. бюджет», «бабло с людей содрать», «чтобы забирать у нас честнозаработанные червонцы, на, надеюсь, благо страны», «чтобы простить долги других государств за счёт народа», «для увеличения доходов россиян», «это должно дать бюджету РФ очень много денег, которые по случайности попадут в карман чиновникам», «для восстановления разграбленной казны», «чтобы повысить зарплаты»,

«чтобы интересней жилось», «ну повысили его, наверное, из-за кризиса в стране», «очередной сбор денег под хорошим предлогом».

На вопрос про пенсионный возраст до реформы правильно ответили 20 испытуемых, неправильно – 2, не знают – 2. На вопрос про пенсионный возраст после реформы правильно ответили – 18, неправильно – 3. Доминантами, способствующими непосредственное отражение такого нововведения на сознание молодежи, выступили: «не доживу до пенсии» (так ответили пять испытуемых), «не отразится, т.к. покину страну, «не знаю (много еще времени, многое может измениться и прочее)», «буду копить на старость самостоятельно», «работа до старости, «больше заработаю».

Наиболее ценностно ориентированным был вопрос, касающийся толерантности, потому что развал коммунистической ценностно-нормативной скрепы в СССР на рубеже 80-х – 90-х годов XX века породил нравственно-идеологический вакуум, который быстро заполнился в некоторых регионах страны этноцентристским и интолерантным суррогатом, стимулировавшим этнические чистки, этноцид, религиозную этническую дискриминацию. Как эти тенденции проявляются в мировосприятии современных школьников продемонстрируют определения феномена толерантности, данные учащимися. Все ответы, полученные от респондентов, оказались правильными, однако неполными: в центре оказалось понятие «терпимость», далее следовали уточнения, то есть по отношению к кому терпимость проявляется – это «к другим расам, народам; ЛГБТ; к людям, не похожим на тебя; к обычаям других людей; к людям разной национальности и народности; к другим мировоззрениям».

Однако отсутствуют причины, по которым необходимо проявлять толерантность, ведь это жизненная мировоззренческая позиция “за” или “против” принципов, норм, убеждений, вырабатываемая как результат этнического, духовного опыта личности. Поэтому два последующих вопроса направлены на выявление этих причин. Самым популярным оказался ответ, выдвигающий направленность толерантности в сторону отсутствия конфликтов и

мирного сосуществования людей. На это указало 11 испытуемых. Эта сторона толерантности сопряжена с равенством всех людей, с чувством свободы, комфорта и безопасности, которая подразумевает «право на неприкосновенность личной жизни, и в целом <необходима>, для создания более стабильной международной обстановки». Один из испытуемых сказал, что толерантность необходима для того, «чтобы люди жили в мире и учились принимать непохожее на них». Наиболее глубинным рассуждением оказался ответ: «Без неё невозможна дружба. Если человек не признаёт точку зрения другого человека, смысл их взаимоотношений».

Однако кто-то из испытуемых нашел и обратную сторону толерантности, когда данное понятие используют с целью обособить уже не какие-то группы людей, а указать на свою исключительность, говоря, что они толерантны, а другие люди – нет. Ответ – «для маркетинга» показывает, что для реалий современного общества характерна тенденция заработка на чем-либо, главное – показать ценность своего продукта и его исключительность, что противоречит декларации принципов толерантности, утвержденной резолюцией 5.61 генеральной конференции ЮНЕСКО: «Толерантность – это не уступка, снисхождение или потворство, это, прежде всего, активное отношение, формируемое на основе признания универсальных прав и основных свобод человека. Ни при каких обстоятельствах толерантность не может служить оправданием посягательств на эти основные ценности, толерантность должны проявлять отдельные люди, группы и государства. Проявление толерантности, которое созвучно уважению к человеку иных культурных установок и убеждений, не означает терпимого отношения к социальной несправедливости, отказа от своих или уступки чужим убеждениям».

Отсюда разумно рассмотреть образ современного толерантного человека, т.к. цель воспитания толерантности состоит в воспитании в подрастающем поколении потребности и готовности к конструктивному взаимодействию с людьми и группами людей независимо от их национальной, социальной, религиозной принадлежности, взглядов, мировоззрения, стилей мышле-

ния и поведения. Самой необходимой чертой характера толерантной личности названа доброта. Так считают девять испытуемых. Шестеро учащихся считают, что толерантный человек должен быть терпимым. Трое – вежливым, дружелюбным и доброжелательным. Двое – адекватным и воспитанным. Единичные ответы более полно характеризуют толерантную личность – это человек мудрый, ответственный, всесторонне развитый, уважительный, коммуникабельный, открытый, образованный, обладающий широким кругозором и богатым духовным миром, уважающим других, он должен быть спокойным, милосердным, снисходительным, должен быть гуманистом, должен уметь доверять и уважать, быть отзывчивым и относящимся ко всем как к равным. Из данного описания следует, что теоретически все учащиеся осведомлены о толерантном отношении людей друг к другу, которое транслируется преподавателями в учебных заведениях из года в год.

В ходе анкетирования было выяснено, что старшеклассники находятся в курсе современных политических событий, легко ориентируются в политических терминах. Основные затруднения возникли при высказывании собственного мнения. Например, дети не могли максимально полно выразить свое мнение, хотя инструкцией это было изначально задано. В целом, можно сказать, что подрастающее поколение для своего возраста подкованы в политике и знают ее основные направления или термины.

С целью повышения политической грамотности старших школьников, необходимо организовывать и проводить мероприятия в диалоговой форме, организовывать диспуты или дебаты, куда приглашать политических личностей. В таком формате мероприятия позволят детям научиться высказывать собственное мнение, рассуждать, анализировать, а также в неофициальной обстановке пообщаться с политиком, задать интересующиеся вопросы и получить ответы. В проведение мероприятий можно привлечь Комитет молодежную политику.

Журналистам, которые пишут статьи в массовых печатных изданиях, необходимо помнить, что их потенциальным читателем является обыватель

человек, которые не знают политическую терминологию. Для этого необходимо использовать «обыденный язык», который поймет любой человек, будь то школьник, рабочий или политик.

2.2 Восприятие политических терминов старшеклассниками

На другой группе старшеклассников мы решили выяснить восприятия и обработки ими политических терминов, т.е. с целью состояла в определении уровня восприятия школьниками политических текстов и терминов из местных СМИ. Основными критериями подготовки и проведения исследования послужили:

1. Отбор испытуемых. Материалом для анкетирования послужили печатные издания СМИ г. Екатеринбург. В качестве экспериментальной группы: учащиеся старших классов МАОУ СОШ № 23. Для участия в эксперименте было отобрано 50 школьников, в возрасте от 15 до 18 лет.
2. В качестве материалов являются тексты из местных газет и журналов г. Екатеринбурга за последние три года. Общее количество печатного материала составило: 10 политических текстов; 5 текстов, которые содержат политические термины; тест, содержащий пять вопросов.

Проведенное исследование позволяет определить уровень восприятия школьниками политических текстов и терминологию. Оно проводилось в несколько этапов, на каждом из которых предлагались свои тесты, выполняющие определенные задачи.

На первом этапе учащимся предлагались к рассмотрению тексты из местных журналов. Школьникам был предложен тест, который позволил бы определить уровень восприятия политического текста.

Первоначально учащимся было рассказано об особенностях политического текста, что он является научным стилем. После этого учащимся пред-

лагалось найти в представленных периодических изданиях тексты, которые носят политический характер.

Тексты были предложены из местной газеты «Областная газета» и «Вечерний Екатеринбург».

Для анализа было предложено 10 текстов:

Статья 1. Мурашова, Е. Новый глава Малышева – Мария Рубцова / Е. Малышева // Областная газета. – 2017. – 13 января (№ 5). – С. 1.

Статья 2. Кошкина, О. Самая быстра цепочка. После разговора с мэрами Губернатор раздал поручения министрам / О. Кошкина // Областная газета. – 2017. – 1 февраля (№ 18). – С. 2.

Статья 3. Выступление Губернатора Евгения Куйвашева с отчетом о деятельности правительства Свердловской области в 2016 году // Областная газета. – 2017. – 12 апреля (№ 63). – С. 2.

Статья 4. Документы // Областная газета. – 2017. – 11 мая (№ 81). – С. 3.

Статья 5. Кошкина, О. Наказы «отфильтровали» / О. Кошкина // Областная газета. – 2017. – 1 июня (№ 96). – С. 2.

Статья 6. Сосуров, Е. Законы – 2017: что приобретаем, что теряем, как...работники и работодатели / Е. Сосуров // Вечерний Екатеринбург. – 2017. – 2 января.

Статья 7. Богатырев, И. Городская дума провела очередную сессию / И. Богатырев // Вечерний Екатеринбург. – 2017. – 23 мая.

Статья 8. Мигалин, Д. Началось формирование нового горизбиркома / Д. Мигалин // Вечерний Екатеринбург. – 2017. – 28 марта.

Статья 9. Майорова, Ж. Аркадий Чернецкий: о грядущей президентской кампании и продвижении екатеринбургской заявки на ЭКСПО-2025 / Ж. Майорова // Вечерний Екатеринбург. – 2017. – 18 декабря.

Статья 10. Пономарев, А. Выборы Губернатора могут пройти по сценарию референдума / А. Пономарев Областная газета. – 2017. – 14 июня (№ 104). – С. 1.

На втором этапе работы учащимся были предложены к изучению политические тексты. Учащиеся должны были найти в них термины и объяснить, как они их понимают.

Для поиска были предложены статьи из местной газеты «Областная газета».

Статья 1. Пономарев, А. Большинство опрошенных готовы поддержать действующего Губернатора / А. Пономарев // Областная газета. – 2017. – 3 марта (№ 37). – С. 3.

Статья 2. Постановление Правительства Свердловской области от 31.05.2017 № 367-ПП «О мерах по оказанию содействия избирательным комиссиям и организации подготовки проведения выборов Губернатора Свердловской области и выборов в органы местного самоуправления муниципальных образований, расположенных на территории Свердловской области // Областная газета. – 2017. – 7 июня (№ 100). – С. 1–2.

Статья 3. Журавлев, Д. ЛДПР: России нужна четкая стратегия / Д. Журавлев // Областная газета. – 2017. – 16 июня (№ 106). – С. 3.

Статья 4. Богомолов, С. Сама палата: общественная палата региона сформирует корпус своих независимых наблюдателей на выборах / С. Богомолов // Областная газета. – 2017. – 24 июня (№ 112). – С. 3.

Статья 5. Пономарев, А. Как проголосовать, если нет прописки? / А. Пономарев // Областная газета. – 2017. – 4 июля (№ 118). – С. 1.

На третьем этапе школьникам был предложен тест, где содержались политические термины и варианты их толкования. Учащиеся должны были выбрать правильный вариант.

Вопрос 1. К политической деятельности не относится:

- 1) выборы Президента РФ;
- 2) регистрация политической партии;
- 3) выпуск акций открытым акционерным обществом;
- 4) проведение митинга.

Вопрос 2. Функцией государства является:

- 1) наличие государственного аппарата;
- 2) поддержание общественного порядка;
- 3) суверенитет;
- 4) разделение властей.

Вопрос 3. Высшим выражением власти народа согласно Конституции Российской Федерации являются(-ются):

- 1) Федеральное Собрание РФ;
- 2) референдум и свободные выборы;
- 3) суверенитет;
- 4) демократия и правовое государство.

Вопрос 4. Референдум – это...

- 1) порядок действия избирательных комиссий;
- 2) тип всенародного голосования, объектом которого является важный государственный вопрос, по которому необходимо выяснить мнение всего населения страны;
- 3) тип всенародного голосования объектом которого является тот или иной кандидат;
- 4) право гражданина выступать в качестве избирающего.

Вопрос 5. К институтам гражданского общества не относится:

- 1) профсоюз;
- 2) региональный отдел образования;
- 3) Общество солдатских матерей;
- 4) политическая партия.

На четвертом этапе работы подводились итоги выполненных школьниками заданий и были сделаны выводы об уровне восприятия политических текстов и терминологии из местных периодических изданий.

Для проведения эксперимента было выделено 40 минут, т.е. один урок. Учащиеся продемонстрировали разный темп работы (от 20 до 40 минут). Перед ответом на тесты, школьники получили подробные правила выполнения заданий, а также могли задать дополнительные вопросы.

Все ответы тестов носят анонимный характер, согласно защиты персональных данных.

На пятом этапе для испытуемых было проведено изложение: нами был прочитан текст из газеты с заголовком «Как проголосовать, если нет прописки» (рубрика «Наши во Франции»). Учащиеся воспроизводили текст своими словами, затем мы проанализировали, насколько им был понятен предложенный материал. Данный этап продолжает вопрос, освещенный в анкете «Считаете ли Вы необходимым участие в выборах президента Российской Федерации? Почему "да"? Почему "нет"?»

Результаты исследования

На первом этапе исследования учащимся было предложено найти текст политического характера в периодических изданиях и проанализировать их, высказав свою точку зрения о восприятии. Для этого им были предложены местные печатные издания города Екатеринбурга.

В ходе второго исследования, школьникам нужно было в предложенных статьях найти политические термины и написать, как они их понимают.

Представим данные задания в том виде, в котором они предлагались учащимся:

Задание 1. Перед вами периодические издания из местных СМИ. В каждом из журнала есть статья носящая политический характер. Отметьте ту статью, которую вы относите к политической, а также напишите свое мнение, почему вы так считаете. В случае затруднения с комментарием, оставьте строку пустой.

Задание 2. Вам предложены статьи политического характера. В каждой из статей присутствуют политические термины. Ваша задача, выписать термины и объяснить, как вы их понимаете своими словами.

Следует отметить, что оба задания носят индивидуальный характер, т.е. каждый участник эксперимента получил свой собственный комплект журналов и статью политического характера, предложенных для анализа.

Задание 3. Перед вами тест политических терминов с вариантами ответов. Ваша задача выбрать правильный ответ.

В ходе эксперимента были получены следующие результаты.

Задание 1. Полных ответов дано 36 (72%), к данной категории относятся те дети, которые полностью ответили на вопрос и смогли высказать свою точку зрения, почему именно эту статью они отнесли к политике. 11 (22%) человек не смогли высказать свое мнение, почему данная статья является политического характера. И только три (6%) не ответили на вопрос вообще. Представим эти данные на рисунке 1.

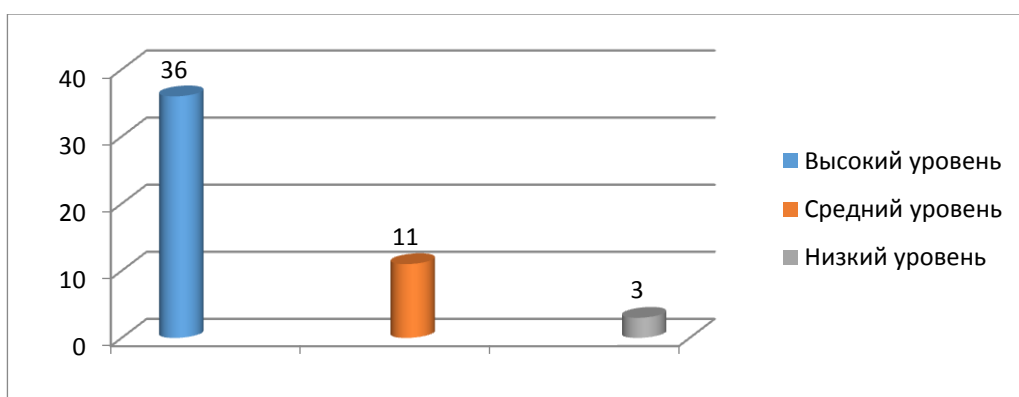


Рисунок 1 – Результаты эксперимента найти политическую статью из предложенных периодических изданий и аргументировать свой выбор

Задание 2. В ходе эксперимента 10 (44%) школьника полностью выполнили задание, нашли политические термины в статьях и объяснили своими словами, как они их понимают. 36 (48%) ребенка нашли термины в текстах, но затруднились объяснить их своими словами. 4 (8%) ребенка не смогли выполнить вообще данное задание. Представим эти данные на рисунке 2.

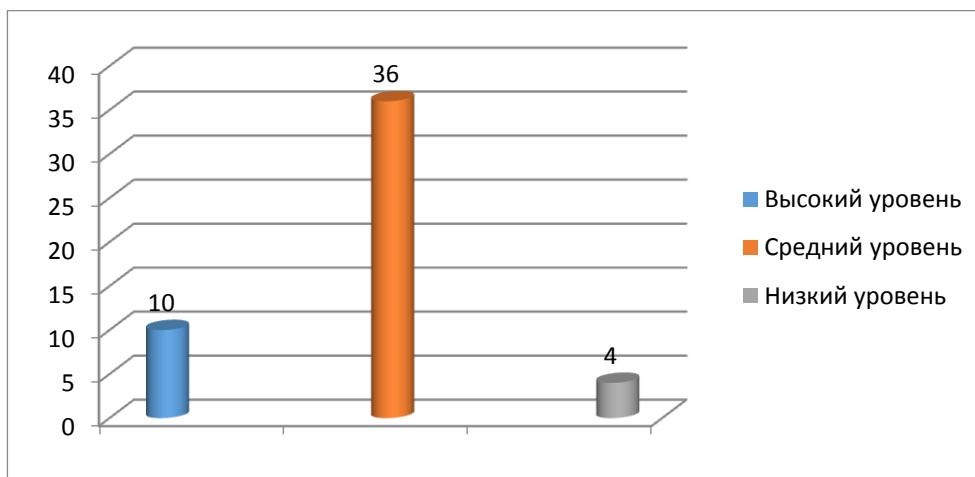


Рисунок 2 – Уровень самостоятельного нахождения политических терминов в статье и их толкование своими словами

Задание 3. В ходе эксперимента выявлено, что 28 (56%) респондентов ответили правильно на все пять вопросов теста, 20 (40%) человек ответили на четыре вопроса, и только два (4%) человека не ответили на два вопроса.

В результате анализа теста, выявлено, что наибольшее затруднение ответов вызвали следующие вопросы: «Вопрос 3. Высшим выражением власти народа согласно Конституции Российской Федерации являются(ется)» и «Вопрос 4. Референдум – это...». Представим данные результатов теста на рисунке 3.

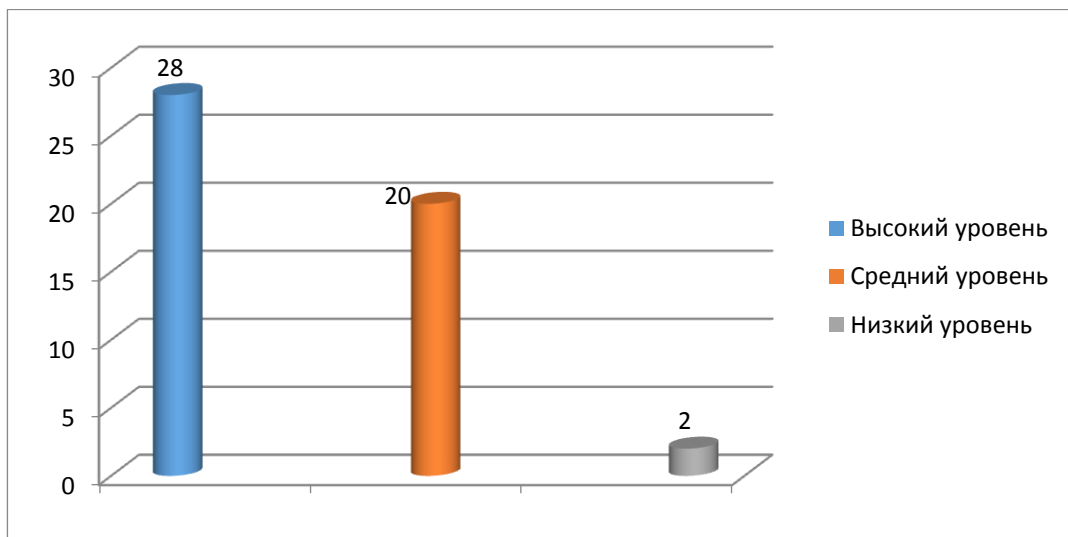


Рисунок 3 – Результаты ответов на тест на знание политических терминов

Таким образом, мы пришли к выводу, что высокий уровень показали 55% школьников старшего звена школы, которые воспринимают политические тексты, способны находить в них термины и высказывать свою точку зрения, а также знают основную политическую терминологию. Меньшая часть учащихся (38%) справилось с заданием частично либо представило не правильные ответы. Только 7% не справились с заданием вообще. Отобразим данные исследования на рисунке 4.

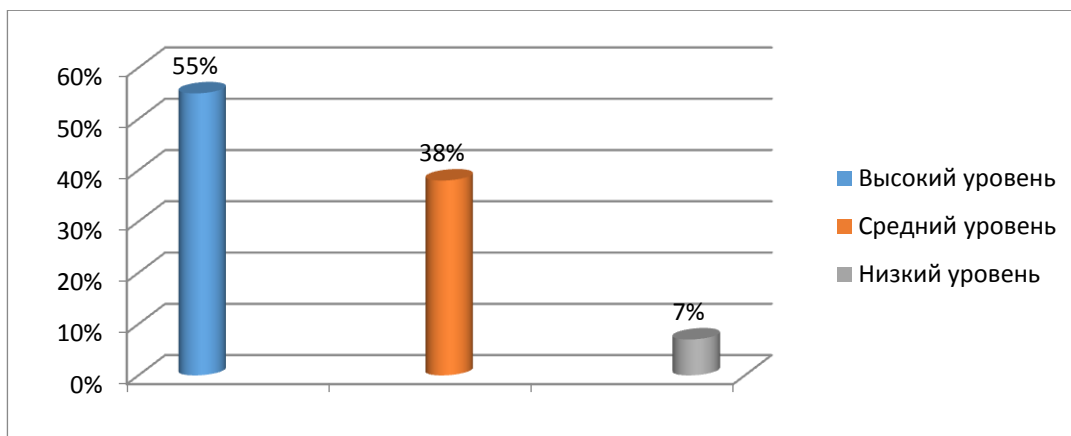


Рисунок 4 – Уровень восприятия политической информации школьниками в местных СМИ города Екатеринбурга

В ходе исследования было выяснено, что школьникам легко давался поиск политических терминов и статей политического характера. Затруднения учащимся были вызваны при высказывании собственного мнения. Например, дети не могли своими словами объяснить такие термины, как либерализм, политическая культура, легитимность. В целом можно сказать, что подрастающее поколение для своего возраста подкованы в политике и знают ее основные направления или термины.

С целью повышения политической грамотности старших школьников, необходимо организовывать и проводить мероприятия в диалоговой форме, организовывать диспуты или дебаты, куда приглашать политических личностей, таких как Депутатов, мэра города. В таком формате мероприятия, позволят детям научиться высказывать собственное мнение, рассуждать, анализировать. А также в неофициальной обстановке пообщаться с политиком, задать интересующиеся вопросы и получить ответы. В проведение мероприятий можно привлечь Комитет молодежную политику.

Журналистам, которые пишут статьи в массовых печатных изданиях, необходимо помнить, что их потенциальным читателем является обыватель, которые не знают политическую терминологию. Для этого необходимо использовать «обывательский язык», который поймет любой человек, будь то школьник, рабочий или политик.

На пятом этапе в изложении приняли участие десять студентов первого курса Екатеринбургского техникума «Автоматика» в возрасте 17-18 лет.

Были получены следующие изложения:

1. М., 17 лет.

В конце мая Госдума приняла макет закона об отмене открепительных удостоверений на выборах. Теперь гражданину, который окажется вдалеке от избирательного участка, к которому он прописан. Достаточно лишь подать заявление о включении себя в список избирательного участка по месту нахождения.

В Свердловской области новую систему впервые опробуют на выборах губернатора.

Первый способ. Напомним, открепительное удостоверение избиратель мог получить только по месту регистрации. Теперь он может подать заявление для голосования по месту жительства. Сделать это можно по письменному заявлению в ТИК, либо через портал госуслуг. После заявления его закрепят за конкретным участком, который будет ближе всего к месту жительства.

2. М., 18 лет.

Теперь гражданину, который в день голосования окажется вдалеке от избирательного участка, к которому приписан в соответствии с регистрацией, достаточно лишь подать заявление о включении себя в список избирательного участка по месту своего практического нахождения.

Первый способ: открепительное удостоверение избиратель мог получить только по месту регистрации.

Второй способ: не ранее чем за 10 дней и не позднее чем за 5 дней до голосования избиратель может подать заявление о включении его в список для голосования через участковую избирательную комиссию.

Третий способ: если до выборов осталось менее четырех дней, то в этом случае избирателю необходимо обращаться в УИК по месту регистрации.

3. Ж., 17 лет.

В конце мая Госдума приняла пакет законов об открепительных удостоверениях на выборах. Гражданин может подать заявление о включении себя в список избирательного участка по месту своего фактического нахождения. Сделать это можно тремя способами.

В Свердловской области новую систему опробуют на выборах губернатора, которые состоятся 10 сентября.

Первый способ. Напомним, открепительное удостоверение избиратель мог получить по месту регистрации. Теперь он может подать заявление по месту нахождения, в любой точке Свердловской области. Сделать это можно по заявлению в ТИК, либо подать заявление через портал госуслуг или МФЦ. Сделать это можно не ранее чем за 45 дней и не позже чем за 5 дней до выборов. После подачи заявления гражданина закрепят на ближайшем избирательном участке.

Второй способ. Не ранее чем за 10 дней и не позднее чем за 5 дней до голосования избиратель может подать заявление через УУИК по месту нахождения или регистрации.

Третий способ. Если до выборов осталось менее четырех дней, избирателю необходимо обратиться в УИК по месту регистрации. Можно открепиться до 14:00 девятого сентября.

4. М., 17 лет.

В конце мая Госдума приняла пакет законов об отмене открепительных удостоверений на выборах. Сделать это можно тремя разными способами.

В Свердловской области новую систему впервые опробуют выборы губернатора.

Первый способ. Получить только по месту регистрации. Теперь он вправе подать заявление в списки для голосования, то есть в любой точке Свердловской области. Сделать это можно по личному письменному заявлению в ближайшем ТИК, либо подать заявление через МФЦ. Это нужно сде-

лать не ранее чем за 45 дней до голосования и не позже чем за пять дней. На участок он должен явиться с талоном и паспортом – говорит секретарь облизбиркома Райков. За день до выборов его исключат из списка. В день голосования, когда он придет на участок, его включают в список.

Второй способ. Не ранее чем за 10 дней избиратель может подать заявление в УИК по месту жительства.

Третий способ. Если до выборов осталось менее четырех дней, то в этом случае избирателю нужно обратиться в УИК по месту регистрации. Таким способом можно открепиться до 14:00 девятого сентября.

5. Ж., 17 лет.

В конце мая Госдума приняла пакет законов открепительных на выборах. В день голосования вдалеке откажется от участка избирательного в соответствии с регистрацией. Подать заявление о включении себя в список избирательного участка. Открепительное удостоверение избиратель мог получить только по месту регистрации. Вправе подать заявление о включении его в списки для голосования. Сделать это можно лично по письменному заявлению в ТИК.

6. Ж., 17 лет.

В конце мая Госдума приняла пакет законов об отмене удостоверений на выборах. Теперь человеку, который в день голосования окажется вдалеке от избирательного участка, к которому приписан в соответствии с регистрацией, можно просто подать заявление о включении себя в список избирательного участка по месту своего практического нахождения.

Первый способ. Сделать это можно лично по письменному заявлению, либо подать заявление через портал госуслуг или МФЦ.

Второй способ. Можно подать заявление о включении себя в список голосования через УИК.

Третий способ. Если до выборов осталось менее четырех дней, то в этом случае необходимо обращаться в УИК по месту регистрации.

7. М., 18 лет.

Если человек находится вдалеке от места своей прописки и своего избирательного участка, то есть три способа, как можно проголосовать. Впервые эти способы применяют на выборах губернатора Свердловской области 10 сентября.

Первый способ. Человек мог открепить удостоверение от избирательного участка по месту прописки и включиться в список по месту нахождения. Но сделать это он должен не ранее 45 дней до выборов и не позднее 5 дней до голосования. Прийти проголосовать он может в ближайшем избирательном участке, в который его включили с паспортом и талоном.

Второй способ. Не ранее 10 дней и не позднее 5 дней до голосования его включают в список для голосования в участковую избирательную комиссию (УИК) по месту жительства.

Третий способ. Если до выборов осталось менее 4 дней, необходимо обратиться в УИК по месту регистрации, таким образом можно открепиться вплоть до 14:00 девятого сентября.

8. М., 17 лет.

В конце мая Госдума приняла пакет законов об отмене открепительных удостоверений на выборах. Гражданин, который в день голосования окажется вдалеке от избирательного участка, может подать заявление о включении себя в список избирательного участка по месту своего фактического нахождения.

Сделать это можно тремя разными способами.

Первый способ. Напомним, открепительное удостоверение избиратель мог получить только по месту регистрации. Теперь он вправе подать заявление о включении его в списки для голосования по месту нахождения, то есть в любой точке Свердловской области. Сделать это можно по заявлению.

Второй способ. Не ранее чем за 10 дней и не позднее чем за пять дней до голосования избиратель может подать заявление о включении его в спи-

сок через участковую избирательную комиссию (УИК) по месту нахождения или месту пребывания.

Третий способ. Если до выборов осталось менее четырёх дней, избирателю необходимо обращаться в УИК по месту регистрации.

Пришедших на участок со спецзаявлениями, будут объявлять вслух, чтобы их могли найти наблюдатели и журналисты.

9. М., 17 лет.

В конце мая Госдума приняла пакет законов об отмене открепительных удостоверений на выборах. В день голосования можно оказаться вдалеке от избирательного участка и подать заявление о включении себя в список избирательного участка по месту своего фактического нахождения.

Первый способ. Открепление человек может получить только по месту регистрации. Теперь он вправе подать заявление о включении его в списки для голосования по месту нахождения, то есть в любой точке Свердловской области.

Второй способ. Раньше 10 дней и не позднее чем за пять дней до голосования избиратель может подать заявление о включении его в список через участковую избирательную комиссию УИК по месту нахождения или месту пребывания.

Третий способ. Когда до выборов осталось менее четырёх дней, избирателю необходимо обращаться в УИК по месту прописки.

10. М., 18 лет.

В конце мая Госдума приняла пакет законов об отмене выборов с удостоверениями. Если в день голосования вы окажетесь вдалеке от избирательного участка, к которому приписан в соответствии с регистрацией, можно подать заявление о включении в список избирательного

Первый способ. Напомним, открепительное удостоверение человек мог получить только по месту пребывания. Теперь он вправе подать заявление о включении его в списки для голосования по месту нахождения, то есть в любой точке Свердловской области.

Второй способ. Не ранее чем за 10 дней и не позднее чем за пять дней до голосования избиратель может подать заявление о включении его в список для голосования через УИК по месту нахождения или месту регистрации.

Третий способ. Если до выборов осталось менее четырёх дней, то в этом случае избирателю необходимо обращаться в ТИК по месту регистрации. Таким способом можно будет открепиться вплоть до 14:00 девятого сентября.

Избиратель будет писать специальное заявление, на которое наклеивается защитная марка, гарантирующая подлинность документа. Это заявление выдаётся.

В восьми из десяти изложений студентами были восприняты все три способа голосования удаленно. Они смогли соблюсти логику повествования. В одном изложении испытуемый смог воспроизвести только один из трех способов. В одном изложении передана суть статьи без излишних подробностей про способы голосования при нахождении в другом месте, не закрепленном по месту жительства.

Учащимися восприняты и расшифрованы аббревиатуры УИК, МФЦ, ТИК. Остальные важные детали были восприняты лишь частично, например, имя и фамилия секретаря облизбиркома – Владимир Райков – была приведена только в одном изложении, в нем же и приведено слово «облизбирком». Сайт и телефон списка для голосования по месту нахождения не был приведен ни в одной анкете.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что, в целом, испытуемые понимают и воспроизводят суть предложенного текста без опоры на детали. Данная стратегия с психолингвистической точки зрения является правополушарной, то есть большей части испытуемых была важна канва повествования при частичном воспроизведении опорных сигналов текста. Описанные выше аббревиатуры испытуемыми расшифровывались, это свидетельствует о том, что студентам важно значение, закладываемое в каждую деталь. Такие

подробности как фамилии, сайты, номера телефонов являются конкретикой и частью логики, что присуще левому полушарию.

Исходя из данных полученных в результате изложения разумно продолжить психолингвистическое обоснование исследования, которое показано в следующем параграфе.

2.3 Измерение семантического дифференциала как способ выявления оценки политической информации студентами техникума

Как известно, наиболее распространенными современными средствами передачи информации, в том числе и политической, является телевидение и Интернет. Однако степень востребованности и восприимчивости той или иной информации, переданной одним из вышеперечисленных источников, разная. Семантическую разность позволит проследить психолингвистический эксперимент. В качестве наиболее точного и объективного в плане передачи коннотаций был выбран метод измерения семантического дифференциала.

Автором метода измерения семантического дифференциала является американский психолог Чарльз Осгуд. Метод измерения семантического дифференциала представляет собой разновидность направленного ассоциативного эксперимента. В нем предполагается использование шкал, по которым можно представить себе некоторое семантическое пространство с определенным количеством измерений. Можно использовать слова только одной семантической сферы, слова, связанные по значению. Центр пространства – точка полной бессмысленности. Отражает исходную точку для измерения какого-то параметра. Значение – вектор, выходящий из этой точки. Длина вектора указывает на степень проявления измеряемого признака. Разница – дифференциал. Этот метод дает возможность с помощью шкал измерить различие в семантических параметрах слов одного и того же семантического пространства.

Осгуд для измерения различий задавал экспериментальные задачи и задавал самые разные параметры. Разные оценки, разные параметры, которые люди предписывают словам одного и того же семантического поля можно свести к 3-ём основным классам (факторам):

- 1) оценки;
- 2) силы;
- 3) активности.

При этом для измерения разницы в значениях по этим параметрам предложил использовать шкалы:

- 3-хбалльная (-1, 0, +1): эта шкала не дает возможность оценить акценты;
- 5-тибалльная (-2, -1, 0, +1, +2);
- 7-мибалльная (-3, -2, -1, 0, +1, +2, +3).

Параметры задаются антонимичными прилагательными с учетом факторов оценки, силы, активности. К каждому из базовых противопоставлений подбираются конкретные антонимичные пары.

Инструкция задается в виде таблицы.

В основе метода лежит теория, согласно которой слова закреплены в сознании человека с присущими им оценками. Слов без оценки с точки зрения субъективной семантики их восприятия в языке нет.

Метод семантического дифференциала выявляет субъективную оценку. Позволяет вывести усредненные стереотипы. Дает возможность оценить тонкие нюансы.

$СД = \Sigma \text{ полученных оценок} / \text{количество испытуемых}$

Этот метод дает возможность с помощью шкал измерить различие в семантических параметрах слов одного и того же семантического пространства.

Цель проведения данного эксперимента состоит в определении семантических коннотаций в восприятии современными носителями языка средств передачи информации таких как телевидение и Интернет.

Гипотеза исследования основывается на постулате о том, что телевидение как средство передачи информации¹ претерпевает изменения и «пытается наладить обратную связь со своим зрителем и максимально “подогнать” контент под конкретного человека» [Битков, 2013, с. 14]. Все это происходит с ориентацией на возможности и функции Интернет-коммуникации. Это означает, что в восприятии современными носителями языка данных феноменов присутствуют различия.

В качестве экспериментальной группы выступили учащиеся Екатеринбургского техникума «Автоматика» в возрасте от 15 до 18 лет. Всего в эксперименте приняло участие 23 студента. Им была предложена следующая инструкция и бланк ответов:

Оцените по предложенным параметрам понятия «телевидение» и «Интернет», поставьте галочку в подходящей ячейке, где оценки «-2» и «+2» – максимально выраженный признак, «0» – нейтральное отношение к понятию по этой шкале.

«Интернет»

	-2	-1	0	+1	+2	
Плохой						Хороший
Авторитетный						Неавторитетный
Пропагандистский						Непропагандистский
Недостоверный						Достоверный
Старый						Новый

¹Телевидение - средство массовой информации, как социальная система, состоящее из нескольких подсистем:

1. Редакции телерадиокомпаний, работа которых обеспечивается инфраструктурой журналистики: технической, информационной, организационно-управленческой; к инфраструктуре относятся также учебные и научные центры.

2. Виды деятельности, необходимые для функционирования данной социальной системы и детерминированные общественными функциями телевидения, - информационной, культурно-просветительской, интегративной, социально-педагогической, организаторской, образовательной, рекреативной. Прежде всего, это сбор актуальной социальной информации, и ее распространение. Наряду с этим воспитание и в первую очередь в силу природы изобразительно-выразительных средств телевидения, эстетическое. А также, функциональное взаимодействие с другими социальными институтами.

3. Совокупность профессий, необходимых для такой деятельности.

4. Система произведений, создаваемых журналистами.

Канал передачи массовой информации, которая представляется в виде движущихся изображений в сопровождении звука [Рогозянский, 2008, с. 202-203].

Регрессивный						Прогрессивный
Отрицательный						Положительный

«Телевидение»

	-2	-1	0	+1	+2	
Плохой						Хороший
Авторитетный						Неавторитетный
Пропагандистский						Непропагандистский
Недостоверный						Достоверный
Старый						Новый
Регрессивный						Прогрессивный
Отрицательный						Положительный

Испытуемые заполняли бланк ответов через Гугл-форму. Ссылка:
https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSeqgvCQbqp0nHDwUH6oxEaOvcfPNA19TG0WqPlhWWDPuvHMkg/viewform?usp=sf_link

В эксперименте приняли участие 23 старшеклассника: 8,7% - 15 лет, 26,1% - 16 лет, 52,2% - 17 лет, 13% - 18 лет. Гендерно испытуемые разделились: 78,3% - юноши, 21,7% - девушки.

Результаты сведены в таблицу:

стимулы параметры	«Телевидение»	«Интернет»
Плохой - хороший	0,04	0,91
Авторитетный - неавторитетный	0,34	0,26
Пропагандистский - непропагандистский	0	0,3
Недостоверный - достовер+-ный	- 0,13	0,13
Старый - новый	0,13	0,17
Регрессивный - про-	0,21	0

грессивный		
Отрицательный - положительный	0,08	0,17

Следовательно, можно сказать, что «телевидение» рассматривается современными старшеклассниками как скорее хорошее, неавторитетное, недостоверное, новое, прогрессивное, положительное. Нейтральным оказался параметр «пропагандистский – непропагандистский». «Интернет» рассматривается как более чем хороший, неавторитетный, непропагандистский, достоверный, новый, положительный. Нейтральным оказался параметр «регрессивный - прогрессивный».

Вывод: в качестве наиболее достоверного источника информации современные старшеклассники воспринимают информацию, полученную через Интернет, потому что, как показали результаты эксперимента, там в наименьшем виде представлена пропаганда, срез данных является наиболее свежим и новым. В то время как на телевидении информация подается в позитивном ключе, однако недостоверно и неавторитетно, т.е. те доказательства и мнения, которые фигурируют в телевизионных передачах не принимаются современными школьниками истинными.

Выводы по второй главе

Проведенная серия исследований показала, что региональная политическая информация старшеклассниками воспринимает и транслируется. Они находятся в курсе современной политической обстановки. Анкетирование выявило основные проблемные темы, характерные современному политическому дискурсу.

В ходе анкетирования было выяснено, что старшеклассники находятся в курсе современных политических событий, легко ориентируются в политических терминах. Основные затруднения возникли при высказывании собственного мнения. Например, дети не могли максимально полно выразить свое мнение, хотя инструкцией это было изначально задано. В целом, можно ска-

зять, что подрастающее поколение для своего возраста подкованы в политике и знают ее основные направления или термины.

Идеи вопроса о выборах продолжило изучение студенческих изложений по тексту, касающемуся участия в выборах по месту нахождения, а не прописки. Тексты, предложенные испытуемыми, показали достаточную степень понятности терминологии и повествования.

Проведенный психолингвистический эксперимент, а именно методика измерения семантического дифференциала, позволили выявить наиболее актуальный для старшеклассников источник получения информации, которым является Интернет. Он воспринимается как более достоверный источник информации, потому что, как показали результаты эксперимента, там в наименьшем виде представлена пропаганда, срез данных является наиболее свежим и новым. В то время как на телевидении информация подается в позитивном ключе, однако недостоверно и неавторитетно, т.е. те доказательства и мнения, которые фигурируют в телевизионных передачах не принимаются современными школьниками истинными.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Данная выпускная квалификационная работа посвящена презентации политической информации в местных СМИ и ее восприятию учащимися 16-18 лет.

При написании работы мы выполнили все задачи, которые были поставлены во введении для достижения цели работы.

Рассматривая теоретические аспекты изучаемого явления, мы пришли к выводу о том, что СМИ являются сегодня как никогда значимыми. СМИ являются инструментом коммуникации и представлены, в частности, газетами, телевидением и новыми технологическими разработками, например, Интер-

нетом, который является, по результатам психолингвистического эксперимента, наиболее достоверным и авторитетным источником, при опоре на который можно получить наиболее реальную картину современной политической ситуации. За последние 10 лет в СМИ произошли изменения. Поменялась подача информации, появились новые виды подачи информации, например, СМИ-Интернет. На примере Екатеринбурга можно увидеть множество видов СМИ и их многообразие.

Работа состоит из двух глав: теоретической и практической. В теоретической главе мы рассмотрели особенности презентации информации в региональных СМИ, а также особенности ее восприятия школьниками. Во второй главе мы исследовали уровень восприятия старшими школьниками современных политических событий и посредством психолингвистического эксперимента выявили наиболее актуальные смыслы в восприятии понятий «телевидение» и «Интернет».

В результате проведенного исследования видно, что большая часть (55%) школьников старшего звена школы воспринимают политические тексты, способны высказывать свою точку зрения, а также знают основную политическую терминологию. Меньшая часть учащихся (38%) справилась с заданием частично либо представило неправильные ответы. Только меньшая часть - 7% не справились с заданием вообще. В ходе анкетирования было выяснено, что старшеклассники находятся в курсе современных политических событий, легко ориентируются в политических терминах. Затруднения учащиеся испытывали при высказывании собственного мнения. Например, дети не могли максимально полно выразить свое мнение, хотя инструкцией это было изначально задано. В целом, можно сказать, что подрастающее поколение для своего возраста подкованы в политике и знают ее основные направления или термины.

Следует обратить внимание на то, что полученные результаты в ходе эксперимента не могут распространяться на всех школьников данного воз-

раста. Полученные результаты распространяются только на старшеклассников в возрасте от 15 до 18 лет в количестве 23 человек.

Проведенное исследование имеет практическое значение. Данное исследование может быть использовано с целью повышения компетенции восприятия политической информации среди подрастающего поколения.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ И ИСТОЧНИКОВ

1. <https://cyberleninka.ru/article/n/feykovye-novosti-kreativnoe-reshenie-ili-moshennichestvo>
2. <https://meduza.io/news/2018/03/19/tsik-yavka-na-vyborah-prezidenta-sostavila-67-4> // <https://bit.ly/2CG947w>
3. [https://ru.wikipedia.org/wiki/Президентские_выборы_в_России_\(2018\)#Недопуск_Алексея_Навального](https://ru.wikipedia.org/wiki/Президентские_выборы_в_России_(2018)#Недопуск_Алексея_Навального) // <https://bit.ly/2YrZrTh>
4. Авраменко Е. Б. Средства массовой информации в жизни подростка. – Архангельск: САФУ, 2015. – 116 с.

5. Алексеева А.А. «Крым наш»: конфликтные речевые тактики в социальной сети «ВКОНТАКТЕ» // Политическая коммуникация. Екатеринбург: УрГПУ, 2014. – С. 6-9.
6. Антонова С.Г., Васильев В.И., Жарков И.А., Коланькова О.В., Ленский В.В., Рябинина Н.З., Соловьева В.И. Редакторская подготовка изданий: Учебник. Под ред. С.Г.Антоновой- М.: МГУП, 2002. 468 с.
7. Антонова Ю.А., Харченко О.А. Комикс как инструмент политического PR (на материале анализа комикса «Человек Грызлов») // Современная политическая лингвистика. Екатеринбург: УрГПУ, 2011. – С. 24-25.
8. Бец М.В., Мельник Н.В. Виртуальная языковая личность интернет-комментатора политической статьи // Имплицитные и эксплицитные стратегии в восточноевропейском политическом дискурсе. Екатеринбург: УрГПУ, Цюрихск. ун-т, 2014. – С. 23-31.
9. Битков Л.А. Симбиоз средств массовой коммуникации: телевизионное вещание в социальных сетях в интернете и традиционное телевидение // Вестник Челябинского государственного университета. 2013. № 16 (307). С. 14-16.
10. Виноградова К. Е. // Роль масс-медиа в системе общества [Электронный ресурс] - 2013.
11. Виноградова К.Е. Роль масс-медиа в политической системе общества // Журналистский ежегодник. 2013. №2-1.
12. Грабельников А.А. Работа журналиста в прессе. М.: РИП-холдинг, 2004. – 274 с.
13. Грайс Г. П. Логика и речевое общение // http://perviydoc.ru/v42671/статьи_по_общему_языкознанию._язык_и_коммуникация)
14. Грушина, А. А. Влияние СМИ на личность подростка / А. А. Грушина // Молодой ученый. – 2018. – № 3. – С. 161–162.
15. Гуржий Д. А. Влияние СМИ на формирование общественного мнения // Молодой ученый. – 2015. – №12. – С. 991–993.

16. Дускаева Л.Р. Политический анализ в прессе: жанрово-стилистический аспект // Язык СМИ и политика. М.: МГУ, 2012. – С. 441-495.
17. Засурский Я. Н., Алексеева М. И., Болотова Л. Д. Система средств массовой информации России. Учебное пособие для вузов. Под ред. Я. Н. Засурского. — М.: Аспект Пресс, 2003. — 259 с.
18. Зелинский С. А. Информационно-психологическое воздействие на массовое сознание. Средства массовой коммуникации, информации и пропаганды - как проводник манипулятивных методик воздействия на под-сознание и моделирования поступков индивида и масс. – СПб.: Издательско-Торговый Дом «СКИФИЯ», 2008. – 407 с.
19. Иванов В. К. Особенности региональной прессы современной России // Молодой ученый. – 2012. – №10. – С. 228–230.
20. Иванова Е.Н., Сухогузова М.Ю. Особенности редакторской подготовки общественно-политических интернет-СМИ // *Linguistica Juvenis*. 2014. № 16. С. 87-94.
21. Иванова С.В., Артемова О.Е. Маршрутизация восприятия и воздействующий потенциал политического интернет-медiateкста // Политическая лингвистика. 2013. № 3 (45). – С. 28-36.
22. Иссерс О.С. «Кремлевский репортаж»: старый жанр в новой рамке // Политическая лингвистика. 2012. № 3 (41). – С. 27-35.
23. Истомина А.Е. Фельетон как жанр политической коммуникации // Язык СМИ и политика. М.: МГУ, 2012. – С. 496-522.
24. Кадушкина Е. Дети и средства массовой информации // Дошкольное воспитание. – 2008. – № 4. – С. 116–118.
25. Канашина С.В. Роль интернет-мемов в процессе политических выборов // Политическая лингвистика. 2018. № 1 (67). – С. 67-73.
26. Клушина Н.И. Особенности публицистического стиля // Язык средств массовой информации. М.: Академический проект: Альма Матер, 2008. – С. 479-495.

27. Коджаспирова Г. М., Коджаспиров А. Ю. Педагогический словарь. – М.: ИКЦ «МарТ»; Ростов-н/Д., 2005. – 448 с.
28. Кошкарлова Н.Н. Функционирование традиционных жанров журналистики в межкультурном политическом пространстве // Имплицитные и эксплицитные стратегии в восточноевропейском политическом дискурсе. Екатеринбург: УрГПУ, Цюрихск. ун-т, 2014. – С. 100-110.
29. Крижановская Е.М. Особенности индивидуального стиля Г.А. Зюганова (на материале новостных текстов официального сайта Коммунистической партии РФ) // Современная политическая лингвистика. Екатеринбург: УрГПУ, 2011. – С. 155-157.
30. Ленкова Т.А. К проблеме публицистического стиля и письменного дискурса СМИ // Вестник ЧелГУ. 2010. №13.
31. Леньков, Р. В. Социология молодежи: учебник / Р. В. Леньков. – М.: Юрайт, 2015. – 416 с.
32. Лободенко Л. К. // Концептуальная модель регионального интернет-СМИ: кросс-коммуникативные аспекты [Электронный ресурс]: автореф. дис. канд. филол. наук. – Москва, 2015.
33. Любивый, Я. В. Современное массовое сознание: динамика и тенденции развития / Я.В. Любивый. – Киев: Наукова думка, 2003. – 243 с.
34. Макаров В.П. Региональные СМИ в структуре российского общества: Социологический аспект: дис. на соискание ученой степени кандидата наук. – М.: 1999. // <http://www.dissercat.com/content/regionalnye-smi-v-strukture-rossiiskogo-obshchestva-sotsiologicheskii-aspekt>
35. Малышева Е.Г., Рогалева О.С. Методология и методы медиаисследований. Омск: ОмГУ, 2017. – 132 с.
36. Манник С.А., Косолюкина Е.А. Особенности новостной статьи в современном англоязычном интернет-медиадискурсе (на материале текстов по теме «Терроризм») // Политическая лингвистика. 2016. № 4 (58). – С. 124-132.
37. Маслова В.А. Лингвокультурология. М.: Академия, 2001. 183 с.

38. Олешко Е.В. Местная пресса как актор межкультурных коммуникаций. (Жизнь газет после "смерти", или как им конкурировать с интернетом?) // Известия Уральского федерального университета. Серия 1: Проблемы образования, науки и культуры. 2014. Т. 129. № 3. С. 36-44.
39. Паршина О.Н. Российская политическая речь. Теория и практика. М.: URSS, 2007. – 227 с.
40. Петренко В.Ф. Основы психосемантики. СПб.: Издательство Питер, 2005. 480 с.
41. Потсар А.Н. Авторская колонка в политическом дискурсе: жанровая специфика // М.: МГУ, 2012. – С. 523-546.
42. Путятин И.А. Социальные предпочтения СМИ: региональный контекст // Вестник Саратовского государственного технического университета. 2008. Т. 1. № 1 (30). С. 207-211.
43. Путятин И.А. Социальные предпочтения СМИ: региональный контекст // Вестник Саратовского государственного технического университета. 2008. Т. 1. № 1 (30). С. 207-211.
44. Репкова Т. Новое время: как создать профессиональную газету в демократическом обществе. М.: Атлантис, 2001. – 468 с.
45. Рогозянский М.Э. Реализация педагогического потенциала регионального телевидения через общественные функции телевидения: проблемы и перспективы // Альманах современной науки и образования. 2008. № 4-2. С. 203-205.
46. Руженцева Н. Б. Методология и методики анализа массмедийного политического текста: монография / Н. Б. Руженцева; Урал. гос. пед. ун-т. – Екатеринбург, 2018. – 208 с.
47. Руженцева Н.Б., Гулиев Н.А. Газетно-журнальные жанровые разновидности как формы связей с общественностью: политический и рекламный дискурс. Омск: Омск. гос. ин-т сервиса, 2006. – 268 с.

48. Салихова В.А. Формирование медиакомпетенций студентов в области региональных СМИ (на материале лекционного курса "Региональные СМИ России") // Наука и школа. 2011. № 4. С. 73-75.
49. Сергеев, В. К. Молодежная культура и СМИ / В. К. Сергеев. – М.: РИЦ ИСПИ РАН, 2002 – 188 с.
50. Система средств массовой информации России / под ред. Я. Н. Засурского. – М.: Аспект Пресс, 2003. – 257 с.
51. Солганик Г.Я. Автор как стилеобразующая категория публицистического текста // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. 2001. № 3. – С. 5-16.
52. Солганик Г.Я. Очерки модального синтаксиса. Монография // <https://e-libra.ru/read/393548-ocherki-modal-nogo-sintaksisa.html>
53. Соловьев, В. А. Влияние СМИ на политическую активность российской молодежи / В. А. Соловьев // Вестник МГЛУ. – 2015. – Выпуск 2. – С. 153–164.
54. Социология молодежи: учеб.пособие / под ред. В.Т. Лисовской. – СПб: Нева, 2007. – 287 с.
55. Средства массовой информации / под ред. Я. Н. Засурского. – М.: Аспект Пресс, 2005. – 381 с.
56. Средства массовой информации России: учеб.пособие / под ред. Я. Н. Засурского. – М.: Аспект-Пресс, 2014. – 213 с.
57. Суздальцева В.Н. Образ власти в современных российских СМИ // Язык СМИ и политика. М.: МГУ, 2012. – С. 284-327.
58. Телия В. Н. Русская фразеология. Семантический, прагматический и лингвокультурологический аспекты. М.: Школа «Языки русской культуры», 1996. 288 с.
59. Трахтенберг А.Д. СМИ и политика: региональный электорат и региональные средства массовой информации // Теория и практика общественно-научной информации. 2004. № 19. С. 146-152.

60. Федеральный государственный образовательный стандарт основного общего образования [Электронный ресурс]. – URL: <https://rg.ru/2010/12/19/obrstandart-site-dok.html>

61. Федеральный закон «О средствах массовой информации» // http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_1511/ // <https://bit.ly/2ibboKt>

62. Фомичева И. Д. Социально-гуманитарные исследования журналистики и массовой коммуникации // Исследования СМИ: методология, подходы, методы: учебнометодическое пособие. Материалы лекций для аспирантов факультета журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова. – М.: Изд-во Моск. ун-та; Факультет журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова, 2011. – 236 с.

63. Халтанова С.С. Региональные СМИ в политической жизни России // Социальная политика и социология. 2008. № 4. С. 189-197.

64. Халтурина М.Л. Современный медиадискурс: тема культуры на страницах местной печати (на примере газет уральского региона) // В сборнике: Русский язык: человек, культура, коммуникация - IV Сборник материалов Международной научной конференции. Редакторы: Родина И.В., Ланских А.В., Ларионова А.Ю. 2014. С. 161-168.

65. Цуканова И.В. Трансляция форм народной религиозности региональными печатными СМИ // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика. 2006. № 2. С. 231-234.

66. Чудинов А.П. Политическая лингвистика: Учеб.пособие / Москва. Изд-во «Флинта», «Наука». 2006. – 254 с.

67. Чупров, В. И. Социология молодежи: учебник / В. И. Чупров. – М.: НОРМА, 2011. – 335 с.

68. Шахбанова Х. М. Роль средств массовой информации в формировании гражданского общества // Высшее образование сегодня. – 2014. – № 5. – С. 46–47.

69. Шейгал Е.И. Семиотика политического дискурса. М.: Гнозис, 2004. – 326 с.

70. Энциклопедия мировой индустрии СМИ / под ред. Е. Л. Варта-
вой. – М.: Аспект Пресс, 2013. – 282 с.

71. Южанинова Л.А. Региональные российские СМИ и трансформа-
ция исторической памяти // Социология власти. 2009. № 2. С. 116-121.

ПРИЛОЖЕНИЕ 1

Статья 1

Новый глава Малышева — Мария Рубцова

Елизавета МУРАШОВА

Вчера дума Малышевского ГО выбрала нового главу муниципалитета — им стала замглавы по ЖКХ Мария Рубцова, которая предыдущие три месяца исполняла обязанности мэра. Прошлый глава, Валерий Хомутов, покинул пост по собственному желанию в конце сентября. Как отметили в думе, по бюллетеням за Рубцову проголосовали 8 депутатов из 15, но итоговое решение приняли единогласно. Это вторая мэр-женщина в истории муниципалитета — первой в 1996–2000 годах была Людмила Илькина.

На должность мэра претендовали восемь кандидатов — помимо Марии Рубцовой на конкурс заявили главы посёлка прошлых лет — Владимир Чеглоков и Олег Кабанов, заместители главы Юрий Малков и Сергей Никоноров, помощник прокурора Константин Амиев, председатель думы муниципалитета Михаил Кудрявцев и депутат Дмитрий Шустов. После проведения конкурсных процедур комиссия рекомендовала думе двоих — замглавы по ЖКХ Марию Рубцову и председателя думы Михаила Кудрявцева.

В думе, состоящей из 15 депутатов, четверо «справедливороссов» (включая председателя), трое «единорос-

сов», остальные — самовыдвиженцы. Прошлый состав думы отличался конфликтностью: бюджет на 2015 год депутаты приняли только в январе. Из-за того, что в конце 2014 года у думцев договориться не получилось, муниципалитет месяц жил на 1/12 часть бюджета предыдущего года. Кроме того, у депутатов неоднократно возникали нарекания к работе главы. Вероятно, на этот раз отношения народных избранников с главой, ими же выбранным (Валерий Хомутов избирался прямым голосованием), будут строиться более конструктивно. «ОГ» свяжется с новоизбранной главой в ближайшее время.



Самая быстрая цепочка

После разговора с мэрами губернатор раздал поручения министрам

Ольга КОШКИНА,
Галина СОКОЛОВА

Вчера губернатор Свердловской области Евгений Куйвашев провел третью за месяц встречу с руководителями муниципальных образований региона. В этот раз о социально-экономическом положении своих территорий отчитались мэры Тугулыма, Бисерти и Нижней Салды. Поручения по этим территориям глава региона раздал профильным министрам в тот же день.

Основной вопрос, который волновал главу Тугулымского городского округа Сергея Селиванова — ремонт разрушенного моста через реку Пышма к отдаленной деревне Остров, которая после прошлого года паводка и впрямь стала превращаться в остров.

— Там проживают сибирские татары — по регистрации это 85 человек, зимой фактически — 35–40, — делится мэром. — Раньше поддерживали его своими силами, но чтобы восстановить связь с «большой землей», надо фактически отстроить его заново.

Проектно-сметная документация готова, поэтому по поручению губернатора регион выделит на ремонт моста около 20 миллионов рублей. Как пояснил Сергей Селиванов, с министром транспорта Василием Старковым он уже обговорил этот вопрос.

Вторая просьба была связана с обустройством дороги до нового детского сада в Тугулыме. Сама дорога построена — муниципалитет выделил на нее 3,6 миллиона, а средства на освещение и тротуары не хватает. На это нужно



Глава Бисерти Валентина Суровцева в разговоре с губернатором опиралась на его программную статью «Переломный момент», а для каждой проблемы округа предлагала несколько вариантов решения

еще около 26 миллионов. Обустроить необходимую инфраструктуру тоже решили поэтапно — в течение двух лет.

— Такие встречи убеждают, что нерешенных проблем нет, — резюмирует Сергей Селиванов.

Также он доложил губернатору о том, как были выполнены поручения, данные во время прошлого года визитов в городской округ — установлено холодильное оборудование на овощефраншизе сельскохозяйственного предприятия «Радуга», построена дорога к улице, где строят дома работники предприятия, и разработана проектно-сметная документация для строительства газопровода от села Малышево до села Верхоярво; в этом году начнется первый этап строительства.

Глава Бисертского городского округа Валентина Суровцева доложила об успехах территории, вынесла на обсуждение с губернатором два самых важных вопроса, с которыми собственными силами муниципалитету не справиться.

— Первая назревшая проблема: в марте заканчивается процедура банкротства бывшего градообразующего завода

«Ураловалмаш». Вся что не было продано — а это 13 объектов, которые находятся в разрушенном состоянии, — по решению арбитражного суда передается в муниципальную собственность, — пояснила Валентина Суровцева. — Процедура осложняется тем, что были проданы ограждения вокруг завода, и теперь беспрепятственный доступ к опасной промышленной площадке открыт населению. Обсудили возможные варианты действий. Если снести объекты на местной бюджет ляжет непосильная финансовая нагрузка. Сейчас мы не можем позволить себе огородить и даже просто охранять эту территорию.

По поручению губернатора областные и муниципальные власти совместно займутся ограждением площадки, сносом части сооружений и поиском инвестора. Самостоятельный поиск инвесторов муниципалитетом оказался безрезультатным: несколько небольших цехов выкупили под производство, на остальные — желающих нет: предпринимателям нужна готовая площадка для работы.

Второй вопрос Валенти-

на Суровцева задала по строительству школы с детским садом на 100 мест в селе Кургишаны.

— С развитием сельхозпредприятий молодых семей с детьми стало больше, а оба образовательных учреждения находятся в аварийном состоянии: износ конструкций составляет от 50 до 80 процентов, — пояснила Валентина Суровцева. — Если успеем к июню закончить проект здания — объект попадет в программу следующего года. Соответствующее поручение Евгением Владимировичем дал министру финансов Галине Куйвашевой.

Глава городского округа Нижняя Салда Елена Матвеева сосредоточилась на вопросах в сфере ЖКХ.

— Если в образовании и культуре мы решаем текущие вопросы самостоятельно, то глобальные проблемы коммунальной сферы без помощи области не решить, — говорит Елена Матвеева. О неэффективности наших коммунальных систем говорит тот факт, что дебиторская задолженность за энергоресурсы в муниципалитете составляет 52 миллиона рублей, а кредиторская — 242 миллиона. Даже если мы соберем со своих должников все до копеечки, останемся в солидных долгах за газ и электроэнергию. У нас нет чрезвычайных ситуаций, все жители Нижней Салды обогреты, живут с водой и светом, но убыточность действующей котельной с каждым годом усложняет ситуацию в городе. Также обсудили с губернатором проекты по строительству блочных котельных и очистных сооружений, которые уже продвигает госэкспертиза.

Наказы «отфильтровали»

Предложения в народную программу «Пятилетка развития» вносят целыми книжками

Ольга КОШКИНА

Вчера завершилась серия встреч мэра губернатора Свердловской области Евгения Куйвашова с представителями «Единой России» в рамках предварительного голосования по выбору кандидата на губернаторские выборы. Ранее Евгений Куйвашов принял представителей «Пятилетки развития» от жителей Западного, Северного и Восточного управлений округа. Предпоследняя встреча — с членами Южного управленческого округа — прошла в Сухом Логе.

Из детства — на завод

Поздрав Евгений Куйвашов начал с посещения «Уральских цемента» — одного из самых успешных предприятий его области. А затем зашел в муниципальный детский сад № 43 «Мамы» (где растут кадры для заводов).

По словам отпрысков детского сада, здесь всего их воспитанников мечтает о рабочих профессиях. В рамках программы «Уральская индустриальная школа» ребят возят на предприятия и в учебные заведения, где в игровой форме знакомят с рабочими специальностями: можно и примерить маску сварщика, и потрогать модель двигателя. В самом детском саду ребята конструируют, снимают 3D-фильмы и мультфильмы и даже выставляют оцифрованные мини-карты. Особая «краска» на заводе: все го за полтора года на средства областного бюджета, спонсорские деньги и средства, которые собрали сами ученики, открыли и запустили. К сентябрю в детском саду будет собственный 3D-принтер, 3D-сканер и 3D-ручка.

— Меня поразило, насколько



От имени жителей южных территорий Олег Корчагин вручил Евгению Куйвашову брошюру с предложениями в «Пятилетку развития»

лиса и сами дети, и педагоги, — признался Евгений Куйвашов по итогам встречи. — Будет, что у нас, которые мы планируем на раннюю профориентацию, уже дают свои результаты: конкурс на инженерно-технические специальности заметен вырос.

«Отдам только лично в руки»

На встрече с партией Южного управленческого округа, которая проводила по дороге культуры «Бригады», привел 330-спертерский южный и первичный «единственный» «Единой России», а всего в зале собралось около 300 человек: делегация из соседних городов прислали на митинг.

— Вы те самые люди, которые представляют нашу партию в селах и городах, трудитесь в самых разных сферах и как никто другой знаете о потребностях своих муниципалитетов, — обратился к залу секретарь регионального отделения «Единой России» Виктор Шенгин.

Шенгин открыл встречу

Врио губернатора переосмыслил несколько крупных проектов, которые будут реализованы в ближайшие пять лет. Необходимо доработать детский

сад на 200 мест в Заречном, построить краткий капи с искусственными льдами в Каменисто-Уральском, ввести в эксплуатацию стадион в Рефтинском, закончить реконструкцию водовода Камышлов — Сухой Лог.

— Также в ближайшие планы — реконструкция подъезда к Первому Дубровку, создание муниципального водосточного парка в Заречном, строительство около 25 километров газовых сетей, — сообщил Евгений Куйвашов.

— А теперь я хотел бы обратиться к нашим коллегам. Вперед сразу же поднимались несколько рук. И этот раз врио губернатора подхватил отклик моря, которые тоже присутствуют в зале, и спросил, что уже делается для решения проблемы. Традиционные встречи с главками проводятся в таком же режиме, только не от депутата министры.

Вопрос касался жилья для молодых специалистов, которые не очень охотно едут в муниципалитеты.

На предыдущих встречах этот вопрос задавали и члены парлама, — ответил Евгений Куйвашов и добавил, что по итогам первых трех поездок уже дан поручение профильным министерствам подготовить в течение года программу

по обеспечению жильем молодых и — в течение года — другим категориям работников социальной сферы.

Руководитель Гаринской сельской территории городского округа Богданович Анастасия Гусева спросила, входит ли в планы 25 километров поселенный газопровод в Гаринском.

— Как вы думаете, что о нем уже ответили?

— Просто пообщаться, — не растерялась девушка. — А можно задать как обращение от жителей? Порадо действие, когда передашь просьбу лично в руки.

— Я бы все-таки хотел, чтобы наши встречи проходили не в режиме «привет — вопрос — жду выполнения обещания», а в режиме конструктивного диалога, — сказал Евгений Куйвашов. — Есть определенный порядок решения вопросов, а у нас с вами должно быть стратегическое видение, чтобы мы могли конкретнее обосновать, что необходимо, что еще предстоит, а что мы делаем, когда сроки и кто отвечает.

Ольга Богдановича Анастасия Гусева сообщила Евгению Куйвашову, что на строительство газопровода нужно

✓ КСТАТИ

Самый необычный вопрос Евгению Куйвашову задали о его личном интересе: «Свое время вы проводите в спорте, а занимаетесь тем, что получаете. А по поводу спорта... Как и все, люблю природу, еду на рыбалку и рыблю, когда есть время, на дачу — некоторые жители Сухого Лога жалуются об этом знают, — ответил глава региона.

ципирует уже зависела, и в Мокшес уже пообщались с жителями, чтобы выделить средства. Следующим участником стал Евгений Куйвашов, который порекомендовал должным образом оформить заявку, а Виктор Шенгин пообещал заняться на участие в партийном проекте «Местный дом культуры».

Всего, по словам руководителя проекта «Благополучие», в южной области кампания требует треть тысяч сельских учреждений.

— Предлагаю всем миром наладить на решение этой проблемы, так же, как мы это сделали с детскими садами, — рекомендовал Олег Корчагин.

Таким врио губернатора задавал вопросы о поддержке муниципальных СМИ, развитии туризма, строительстве школ. Все наказы партийцы изложили в письменном виде.

МЕДИЦИНА. Безусловно, безусловно на то, что городская детская поликлиника располагается на первом этаже жилого дома, и попросила включить ее строительство в «Пятилетку развития».

— Проект сделан! — обратился Евгений Куйвашов к мэру Богдановича Анастасии Гусевой. И пояснил, что проекта пока нет, поручил заняться этим вопросом. — Будет с вами готовый список, — тогда и будем решать, на какие деньги планировать строительство.

ДОМА КУЛЬТУРЫ. Подполковник областного штаба Евгений Куйвашов от лица жителей Гаринского района предложил построить в поселке Гаринском дом культуры. — Это будет действительно народная программа с проектами, которые действительно необходимы жителям.

из-за нехватки времени здания творчеством приходится заниматься в помещении начальной школы. Евгений Куйвашов поддержал проект, порекомендовав должным образом оформить заявку, а Виктор Шенгин пообещал заняться на участие в партийном проекте «Местный дом культуры».

Всего, по словам руководителя проекта «Благополучие», в южной области кампания требует треть тысяч сельских учреждений.

— Предлагаю всем миром наладить на решение этой проблемы, так же, как мы это сделали с детскими садами, — рекомендовал Олег Корчагин.

Таким врио губернатора задавал вопросы о поддержке муниципальных СМИ, развитии туризма, строительстве школ. Все наказы партийцы изложили в письменном виде.

МЕДИЦИНА. Безусловно, безусловно на то, что городская детская поликлиника располагается на первом этаже жилого дома, и попросила включить ее строительство в «Пятилетку развития».

— Проект сделан! — обратился Евгений Куйвашов к мэру Богдановича Анастасии Гусевой. И пояснил, что проекта пока нет, поручил заняться этим вопросом. — Будет с вами готовый список, — тогда и будем решать, на какие деньги планировать строительство.

ДОМА КУЛЬТУРЫ. Подполковник областного штаба Евгений Куйвашов от лица жителей Гаринского района предложил построить в поселке Гаринском дом культуры. — Это будет действительно народная программа с проектами, которые действительно необходимы жителям.

Законы-2017: что приобретаем, что теряем как...

Евгений СУСОРОВ, 2 января 2017

...работники и работодатели

С 1 июля 2017 года минимальный размер оплаты труда (МРОТ) увеличился на 300 рублей, то есть на 4% — с 7 500 до 7 800 руб. Такое решение приняло Правительство РФ на заседании 20 октября 2016 года. Для работодателей, выплачивающих зарплату ниже МРОТ, установлены штрафы от 30 000 до 50 000 рублей. Штраф для работодателей, задерживающих зарплату, также увеличился: для должностного лица — от 10 000 до 20 000 рублей, для предпринимателя — от 1 000 до 5 000 рублей, для организации — от 30 000 до 50 000 рублей. При повторном нарушении верхняя граница для всех штрафов возрастает. (Федеральный закон от 3 июля 2016 г. № 272-ФЗ, вступивший в силу 3 октября 2016 года.)

Для оплаты больничного листа установлена новая формула, по которой средняя зарплата будет начисляться при стаже от 15 лет, 80% средней заработной платы — для проработавших не менее 8 лет и 60% — для остальных работников. Инициатор проекта — Министерство труда и социальной защиты РФ. Правда, новое правило вступит в силу не сразу: окончательно оно заработает только в 2029 году. В 2017 году для получения 100% выплаты по больничному листу понадобится стаж 9 лет. Сами же больничные листы работники смогут получать не только в бумажном, но и в электронном виде.

...собственники жилья

С 1 марта 2017 года истекает срок, отмеренный гражданам России на бесплатную приватизацию жилья. Основание — Федеральный закон от 29 февраля 2016 г. № 33-ФЗ «О внесении изменений в



Городская дума провела очередную сессию

Иван БОГАТЫРЁВ, 23 мая 2017

На своём очередном заседании Екатеринбургская гордума рассмотрела целый ряд важных для местного самоуправления вопросов. В частности, депутаты утвердили новый состав городской избирательной комиссии. Пять кандидатур, согласно законодательству, предложил облизбирком, пять — политические партии, представленные в региональном парламенте.

Членами горизбиркома с правом решающего голоса стали:

- 1) Вадим АНТОШИН;
- 2) Станислава АСТРАТОВА (Справедливая Россия);
- 3) Эльдар ВАЛИУЛЛИН;
- 4) Руслан ДВОРЕЦКИЙ;
- 5) Юрий Емалетдинов (КПРФ);
- 6) Илья ЗАХАРОВ;
- 7) Марина МАЛЫШЕВА;
- 8) Анна СИНДЯШКИНА (Российская партия пенсионеров за справедливость);
- 9) Валерий ТАРАКИН (ЛДПР);
- 10) Константин ЮФЕРЕВ (Единая Россия).

Депутаты поблагодарили прежний состав избирательной комиссии за работу. В их активе две избирательных кампании и проведение множества опросов общественного мнения о присоединении



Статья 8

[Главная страница](#) → [Власть](#) → [В Гордуме](#)

Началось формирование нового горизбиркома

Дмитрий МИГАЛИН, 28 марта 2017

Старт формированию нового состава Избирательной комиссии Екатеринбурга дали депутаты городской Думы.

Как сообщил на заседании представительного органа власти председатель горизбиркома Илья ЗАХАРОВ, полномочия нынешнего состава комиссии истекают 4 июня 2017 года.

— За 5 лет работы мы провели крупнейшую кампанию по выборам главы Екатеринбурга — председателя Екатеринбургской городской Думы и депутатов городской Думы в 2013 году, довыборы депутатов городской Думы в марте текущего года, целый ряд опросов граждан по актуальным для города проблемам, — отметил Илья Захаров.

Он напомнил, что 5 из 10 членов комиссии городская Дума должна выбирать из числа кандидатов, предложенных политическими партиями. Ещё 5 членов комиссии — из внесённых на рассмотрение облизбиркомом.

Сроки утверждены депутатами: кандидатуры в областную избирательную комиссию должны быть внесены до 21 апреля, в гордуму — до 10 мая. Ожидается, что новый состав горизбиркома городская Дума утвердит 23 мая.



Аркадий Чернецкий: о грядущей президентской кампании и продвижении екатеринбургской заявки на ЭКСПО-2025

Жанна МАЙОРОВА, 18 декабря 2017

Совет Федерации назначил дату выборов Президента России. Они состоятся 18 марта 2018 года, при этом президентская кампания начнётся в декабре 2017-го. Центризбирком уже со следующей недели начнёт информировать избирателей о дате выборов, а также обо всех возможностях, которые у них есть.

— Наша главная задача на выборах — не допустить сомнений в их легитимности, они должны быть максимально прозрачны, — отмечает сенатор Аркадий ЧЕРНЕЦКИЙ.



Каждый сможет голосовать там, где фактически находится в день выборов, без необходимости получения открепительного удостоверения. Прикрепиться к участкам избиратели смогут, начиная с 31 января. В день выборов видеотрансляция происходящего на избирательных участках будет проведена с участков, на которых проголосуют 80% избирателей.

Сенатор также рассказал, какую работу ему предстоит провести в рамках продвижения екатеринбургской заявки на ЭКСПО-2025.

— Я поддерживаю заявку Екатеринбурга на ЭКСПО, это необходимо, потому что уральская столица — это точка роста, — уверен Аркадий Чернецкий. — Хотя справедливости ради надо сказать, что это была инициатива не столько города, сколько

Выборы губернатора могут пройти по сценарию референдума

Александр ПОНОМАРЕВ

В минувшие выходные все региональные отделения парламентских партий провели конференции, на которых выдвинули своих кандидатов на выборы губернатора Свердловской области (состоятся 10 сентября). Судя по списку кандидатов, пока грядущая избирательная кампания скорее напоминает референдум о доверии действующему главе региона Евгению Куйвашеву, которого поддерживает «Единая Россия». По мнению политологов, у него попросту нет равнозначных конкурентов.

Кандидаты

Раньше всех своего кандидата представило свердловское отделение ЛДПР. Они поддержали депутата Госдумы Игоря Торошина, чью кандидатуру предложил высший совет партии. По словам свердловского парламентария от ЛДПР Михаила Зуба-

рева, других претендентов на партконференции не выдвигалось.

Следом своего претендента назвали свердловские коммунисты, которые неожиданно выдвинули мало кому известного бизнесмена — управляющего директора ПАО «Плюс банк» Алексея Парфёнова. Осенью прошлого года он баллотировался в Госдуму по Каменск-Уральскому округу, однако мандат там получил единомышленник Леон Ковалев.

От свердловской «Справедливой России» в губернаторскую кампанию на этот раз вступил депутат регионального Заксобрания Дмитрий Ионин. До последнего никто не исключал, что местные споровы все-таки выдвинут своего лидера — Александра Буркова, который в 1999 году уже участвовал в аналогичных выборах и даже вышел во второй тур. Своё решение не участвовать он объяснил тем, что ему сейчас приходится координировать всю кампанию партии по стране.

Партконференция «Единой России» прошла без сюрпризов. Свердловские единороссы выдвинули в губернаторы врио главы региона Евгения Куйвашева. За него проголосовали 178 делегатов конференции. Его единственным оппонентом — лидером регионального отделения партии Виктора Шептия — поддержали 53 человека.

Также своих кандидатов представили ещё две партии. Свердловское отделение «Российской партии пенсионеров за социальную справедливость» выдвинуло депутата думы Екатеринбурга Константина Киселёва. Правда, к единогласному решению им удалось прийти только со второй попытки. Во время первого голосования мнения разделились: пять делегатов поддержали Киселёва, ещё пятеро проголосовали против. После этого был объявлен перерыв, и повтор-

но партийцы собрались лишь на следующий день.

Шансы

При таком раскладе единственно сильным кандидатом на сегодняшний день выдвинула только «Единая Россия». Остальные партии представили мало кому известных политиков, которых сложно назвать лидерами общественного мнения. Можно вспомнить хотя бы прошлогодние выборы в Госдуму и свердловское Заксобрание. Игорь Торошин, Дмитрий Ионин, Алексей Парфёнов, Дмитрий Сергин — все они были кандидатами-одномандатниками в своих округах, и все проиграли. Первые двое мандаты получили лишь благодаря партийным спискам. Если они тогда не смогли заручиться поддержкой избирателей в рамках небольших округов, как им удастся за несколько месяцев склонить на свою сторону всю область?

Константина Киселёва то-

же сложно назвать сильным кандидатом-оппозиционером. В екатеринбургскую гонимую он прошёл по спискам партии «Гражданская платформа». Однако весной прошлого года партия исключила его из своих рядов «за систематические действия, подрывающие доверие к партии». Некоторое время он вёл переговоры с несколькими политическими объединениями, которые могли бы его выдвинуть. В итоге остановился на «Зелёных», посчитав, что им удастся пройти муниципальный фильтр. Но разделяет ли он идеологию этой партии, сказать сложно. По крайней мере, вступать в неё он пока не спешит.

Если говорить о преимуществе Евгения Куйвашева, то у него уже есть предвыборная программа «Пятилетка развития», которая к тому же позиционируется как всеобщая. Во время недавней длительной поездки по области он много рассказывал о программе и собирал туда наказы. Кроме того, врио главы

региона поддерживает фактически все политическая элита региона. Например, в партконференции «ЕР» приняли участие члены Совета Федерации Аркадий Чернецкий и Эдуард Россель, председатель регионального парламента Людмила Бабушкина, депутаты Госдумы, глава администрации Екатеринбурга Александр Яков, мэр Нижнего Тагила Сергей Носов, а также члены правительства, областные парламентарии.

— Я думаю, второго тура выборов определённо не будет. Так как соревноваться по большому счёту никому — не задумываясь, говорит политолог Анатолий Гайда.

Тем не менее у оставшихся партий ещё есть время вплоть до 21 июля выдвигать своих кандидатов. Так, буквально вчера региональное отделение партии «Яблоко» анонсировало, что 17 июня проведёт конференцию, где обсудит выдвижение своего кандидата.

«Большинство опрошенных готовы поддержать действующего губернатора»

Уральские политологи назвали лидера на предстоящих выборах главы региона и объяснили, почему у него нет конкурентов

Александр ПОНОМАРЕВ,
Ольга КОШКИНА,
Елена АБРАМОВА

В единый день голосования — 10 сентября в Свердловской области пройдут гражданские выборы нескольких кампаний. Естественно, основное внимание будет приковано к прямым выборам главы региона, которые проходили в области последний раз 14 лет назад. Если бы губернаторские выборы в Свердловской области вышлись, то почти 50 процентов свердловчан поддержали бы Евгения Куйвашова. Такую информацию вчера во время круглого стола, который прошел в «ОГ», озвучил директор областного политологического центра, что на сегодняшний день у действующего главы области равновесных конкурентов нет.

● СОЦИОЛОГИЯ

По словам политолога **Владимира Борзова**, исследование проводилось Институтом социальных и политических наук УрФУ 18-19 февраля. Были опрошены тысячи жителей Екатеринбургa и Первоуральска.

— Опрос показал, что у действующего губернатора достаточно высокий уровень узнаваемости — 94 процента в том и другом городе. Уралцы сказали, что готовы поддержать его на предстоящих выборах. Могут предположить, что такая тенденция характерна и для других муниципалитетов Свердловской области, — рассказал Борзов, уточняя,



Андрей Мозолин

«У всех остальных
за душой только
футболки,
мифические
пряники
и отрицание всего»

то го его дачник, а Кемп-
еке. Уральским и ряде других
городов дача жителей, го-
сударства проголосовать за
действующего губернатора, ещё
выше — приближается к 60
процентам. Поэтому, как за-
явил Воробьёв, сильным сопер-
ником в борьбе за место на-
стоящего губернатора Кунае-
ва, он не явится.

— Если говорить о Ка-
терининском, который из-
вестен непредсказуемо-
стью, то, по данным напе-
го исследования, без ав-
томатического включения
стратегического ресурса **Вале-
рий Ройзман** проигрывает
Евгению Кунаеву значе-
тельно. Таким образом,
на старте избирательной



Анатолий Гагарин

компаний у губернатора достаточно хорошие позиции, резюмировал политолог.

● КАНДИДАТЫ

— У нас есть четыре парламентских кандидата, поэтому четыре кандидата тоже будут, — говорит руководитель Уральского отделения Фонда развития гражданского общества **Анатолий Гасин**. Итого в избирательных национальных депутатах уральцы подписания придётся ругнуться кандидатам, могут появиться ещё как минимум два претендента. Итоговость «Барят» участвовать точно не будет. Это может быть молодое поколение, которое не имеет опыта участия. Сейчас активно звучит фамилия «справоросс» **Николай (депутат Заксобр. — Прим.)** — вполне созрелый кандидат. Из КПРФ могут



Александр Рыж

Николай Езерский, Владимир Везмер, Александр Яковлевич.

МУНИЦИПАЛЬ- НЫЙ ФИЛЬТР*

проекти муниципаль-
ности. По мнению по-
да даже не вижу
какой-либо
партии шанса
э регистрироваться
в качестве
к кандидата
без помощи
дино России»



Андрей Руса

• ПРО
НА ПЯ

В таких условиях заперта на статью действующей политической воле слова. То есть на лозунг, который должен быть

...замедлился, когда партиям пришлось примириться, но по мере современной ситуации они, кроме «Единой России» и муниципалитетов, несмотря на декларирование митингов, даже не анализируют, а тем более не пытаются влиять на ситуацию в стране. Это не только в пользу «Единой России», Абсолютно ясно, что у нас есть стиль популяризации, как губернаторская, но и общественная, но суверенитет, но патриотизм по пути реформ, — считает директор европейского исследования **Александр**



Владимир

10 цент
ПРОЙДУТ П

в регионе
всенародно
выбор
губерна

...м, что у меня-
есть есть, это вы-
а, которая мо-
есть. У всех
другой талант
есть. У каждого
есть, — под-
политолог
есть. Егип-
есть. Это
есть. «Перелом-
есть. Я
есть. На
есть. «Ю»
есть. 25
есть. Оцен-
есть. По-
есть.



ДМТ, н

ября
являе

Такие участники
сидят пока не спешат
проверить вкусы избирательных
участков.

дние
т
к компании,
естью, Ана-
стерскую.
или специа-
обладают вы-
ннен ситуа-
то надо вы-
боты пока-
преиму-
наторов, ко-
ератор.

КА
ДЕЛЕЙ

то, что в ре-
сильный
губер-

полна-
застави-
Борная
эра Мо-
сопери-
сирован-
но выст-
сторон-
считает,
тейств-
никой,
ито и на
и многие
востан-
их, вове-
насто-
качестве
спал рас-
пересна,
лет, слав-
дискус-
рогнози-
елей на
огда шли
инфур-
протест-
оказу ош-
оисполь-
мыслили
порядка
ую пред-
на будет
мы смо-
отгари,
и иссле-
«Анали-
но полн-
массовой,
програм-
ар несе-
и хоро-
ишей и
е люди
будущее
а в жи-

Статья 2

[illegible][illegible][illegible][illegible]

